



## ELEKTRONINIO GYVYBĖS DRAUDIMO VERSLO PLĖTRĄ SKATINANTYS VEIKSNIAI INTEGRACIJOS KONTEKSTE

Irena Račinskaja<sup>1</sup>, Jurgita Raudeliūnienė<sup>2</sup>

Vilniaus Gedimino technikos universitetas

El. paštas: <sup>1</sup>[irena.racinskaja@vgtu.lt](mailto:irena.racinskaja@vgtu.lt); <sup>2</sup>[jurgita.raudeliuniene@vgtu.lt](mailto:jurgita.raudeliuniene@vgtu.lt)

**Santrauka.** Plėtojantis globalizacijai, vyksta aktyvi žinių, inovacijų ir technologijų integracija, informacinės technologijos sparčiai taikomos atliekant tradicinius gyvybės draudimo verslo procesus. Tradicinio verslo veiklos principai jau pasenę, būtini nauji efektyvesni darbo metodai. Juos taikant, tradicinis verslas transformuojasi į elektroninį. Deja, atsiranda tokių problemų kaip draudimo sektoriui netinkamų elektroninio (*toliau – e., red.*) verslo principų taikymas, stabdantis draudimo įmonių veiklą. Vykstant intensyviai tradicinio gyvybės draudimo verslo transformacijai į elektroninį, būtina parengti atitinkamą e. verslo plėtros modelį. Šio straipsnio tikslas – suformuoti e. gyvybės draudimo transformacijos modelį. Sprendžiami su tuo susiję uždaviniai: nagrinėjami e. verslo teoriniai aspektai, identifikuojami e. verslą formuojantys elementai, jų ryšys ir priklausomybė, analizuojami pagrindiniai e. verslo modeliai; aptariamos e. verslo tendencijos Lietuvoje (ir Europos Sąjungoje), atliktas Lietuvos gyvybės draudimo e. verslo vidinės aplinkos situacijos tyrimas. Straipsnyje taikyti šie tyrimo metodai: mokslinės literatūros analizė, teorinių ir praktinių teiginių sugretinimo metodas, *PEST* analizė, apklausos metodas, ekspertinis vertinimas.

**Reikšminiai žodžiai:** elektroninis verslas, gyvybės draudimas, žinios, inovacijos ir technologijos.

### Įvadas

Vis plačiau pasireiškiant globalizacijai bei sparčiai plėtojantis inovacijoms, atsiranda poreikis įgyti naujų žinių ir savo veikloje naudotis naujomis technologijomis. Konkurencingomis laikomos tos įmonės, kurios geba patenkinti klientų poreikius reikiamu metu ir mažiausiomis laiko sąnaudomis. Nūdienos klientas iš paslaugų teikėjų reikalauja kokybiškų, laiku atliekamų jo poreikius atitinkančių paslaugų. Tradicinio verslo veiklos principai jau pasenę, tad būtini nauji, efektyvesni darbo metodai, kuriuos taikant tradicinis verslas transformuotųsi į elektroninį. Elektroninio verslo plėtros potencialą didina ir naujai įgytos žinios, išpuoselėtos inovacijos ir plėtojamos naujos technologijos. Integruojant informacines technologijas (*toliau – IT*) į tradicinio verslo procesus, organizacijos ribos yra nuolat plečiamos, suburiama daugiau tikslinių klientų. Pastaruoju metu e. verslas skverbiasi ir į draudimo sektorių: kuriamos draudimo bendrovių interneto svetainės, su draudikais galima susisiekti e. paštu, o dauguma bendrovių siūlo sudaryti draudimo polisą ar pranešti apie draudžiamąjį įvykį internetu. Deja, ne visi klientai noriai naudojami elektroninėmis draudimo (*toliau – e. draudimo*) paslaugomis, nors ir mato akivaizdžius jų privalumus.

Draudimo bendrovės, teikiančios e. draudimo paslaugas, tikisi didesnio skaičiaus klientų, geresnės paslaugų

teikimo kokybės ir sutrumpinti darbo laiką. Kyla problema, kai netinkamų draudimo sektoriui e. verslo principų taikymas stabdo daugelio draudimo įmonių veiklą, todėl, vykstant intensyviai tradicinio gyvybės draudimo verslo transformacijai į elektroninį, būtina suformuoti atitinkamą e. gyvybės draudimo verslo transformavimo modelį.

Straipsnio tikslas – suformuoti e. gyvybės draudimo transformavimo modelį. Keliami tokie uždaviniai: išnagrinėti e. verslo teorinius aspektus, nurodyti e. verslą formuojančius elementus, jų ryšį ir priklausomybę bei išanalizuoti pagrindinius e. verslo modelius; identifiukuoti e. verslo tendencijas Lietuvoje ir atlikti Lietuvos gyvybės draudimo e. verslo vidinės aplinkos situacijos tyrimą.

Siekiant tikslo taikomi šie metodai: mokslinės literatūros analizė, teorinių ir praktinių teiginių sugretinimo metodas, *PEST* analizė, apklausos metodas, ekspertinis vertinimas.

### Žinių, inovacijų ir technologijų klasterizacijos reikšmė elektroniniame gyvybės draudimo versle

Vyksta aktyvi žinių, inovacijų ir technologijų integracija, o žinių poreikio ir svarbos augimas skatina specializuoto daugiamačio žinių, inovacijų ir technologijų (*KNIT*) klas-

terio atsiradimą (Bojnec, Papler 2011) ir taikymą tradicini gyvybės draudimo verslą perkeltiant į e. erdvę. Klasteris yra traktuojamas kaip tarpusavyje susietų kelių elementų (žinių, inovacijų ir technologijų) visuma, kuri turi unikalių savybių ir įneša savo indėlį į bendrąją sistemą – klasterį (Rutkauskas, Račinskaja 2013). Tokio klasterio esmė – sukurti bendrą turimų ir įgytų žinių, plėtojamų inovacijų ir technologijų sistemą, kuri sudarytų pagrindą tinkamai valdyti įmonę, puoselėti jos tvarumą bei didinti konkurencingumą. Šis klasteris yra esminė tradicinio gyvybės draudimo procesų perkėlimo į elektroninę erdvę prielaida.

Daugiamatnio klasterio pagrindas yra žinios, kaip esminis išteklius, skatinantis gebą konkuruoti net ir neapibrėžtoje aplinkoje. Šis žinių išskirtinumas yra ypač naudingas draudimo įmonėms ir plačiai jose taikomas, nes draudimo bendrovė, sukaupusi pakankamai informacijos apie potencialius, naujus ir buvusius klientus, šias žinias panaudoja savo konkurenciniam pranašumui puoselėti (Antonelli 2009; Sullivan, Marvel 2011). Žinios yra vertinamos kaip gebėjimas atlikti specializuotas užduotis ir kaip informacijos perdavimo būdas, patirtis (t. y. ir gebėjimai, ir patirtis), todėl tikslinga kaupti naujas žinias, tobulinant turimus gebėjimus ir turtinant patyrimą (Fakhri, Talebzadeh 2011; Pacharapha, Ractham 2012). Informacija yra nematomas turtas, kuris laikomas esminiu ištekliumi, naudojamu kuriant vertę. Tinkamas informacijos valdymas didina galimybę įgyti žinių apie konkurentus bei klientus ir verslo konkurencingumą. Todėl mokslininkai išskiria būtinybę derinti neišreikštines ir išreikštines žinias (Davidavičienė, Raudeliūnienė 2010; Devece 2013), jų pagrindu sukurti vieną sistemą, kurioje būtų saugoma reikalingiausia informacija ir kuria bet kuriuo momentu būtų galima pasidalyti.

Netinkamai valdomos žinios praranda vertę greičiau nei materialiniai ištekliai, todėl turimas žinias būtina panaudoti kuo efektyviau. Žinių paklausą mažinant didėjančia žinių pasiūla atsiranda galimybės taikyti tobulesnes technologijas ir puoselėti inovacijas verslo veiklos procesuose (Luke *et al.* 2010). Iš to išplaukia, kad, įmonių veiklos procesuose pradėjus plačiai naudoti IT, ypač svarbus veiksnys tapo technologijų taikymo sėkmės puoselėjimas, atkreipiant dėmesį į tokius esminius veiksnius, kaip turtas, žinios, gebėjimai ir organizaciniai procesai. Šių veiksnių analizės ir sąveikos pagrindu atsiranda žinių ir technologijų integracija, kuri skatina ne tik tobulesnių valdymo metodų paiešką ir taikymą, organizacinės verslo struktūros pokyčius ar išsamesnę industrijos charakteristikos pateikimą, bet ir lemia IT diegti skirtą darbuotojų pagalbą, valdymo patirtį ir specializuotą verslo strategiją.

Ekonomiškai besiplėtojančiame pasaulyje vis didesnę reikšmę įgyja technologijų taikymas versle. Tikėtina, kad nagrinėjamos technologijos gali būti suprastos kaip atitinkamų valdymo metodų visuma (t. y. veiksmų technologijos) arba kaip IT taikymas tradiciniuose verslo procesuose (Ertmer, Ottenbreit-Leftwich 2010; Noor Al-Jedaiah 2010). Šiuo atžvilgiu technologijų koncepcijos laikomasi kaip tradicinių verslo procesų pakeitimo elektroniniais procesais (tradicinio verslo procesų perkėlimo į elektroninę erdvę), kai naujų technologijų tinkamumas yra vertinamas atsižvelgiant į tam tikrus dalykus (Cresswell, Sheikh 2013; Santos Silva *et al.* 2013): įmonės vidinę situaciją (vertinant informacijos apie naujas technologijas prieinamumą, turimų finansinių išteklių apimtį ir patiriamas sąnaudas); technologijų rinką (atsižvelgiant į naujų technologijų atsiradimo dažnį, patiriamą potencialią naudą, diegimo riziką ir efektyvumo šuolį); išorinę verslo aplinką (apimančią inovacijų sistemos plėtojimo lygį, informacijos sklaidos sistemą, rinkos koncentracijos lygio apskaičiavimą, vartotojų poreikių kaitą, produkto kainą, teisinę ir administracinę aplinką).

Atliekant naujų technologijų vertinimą, vienais reikšmingiausių yra laikomi tokie veiksniai, kaip IT raštingumas, bendros vartotojų kompetencijos, polinkis į inovacijas, finansinius sprendimus ir technologinę paramą, profesinę autonomiją (Cresswell, Sheikh 2013). Kita vertus, svarbiu veiksmu plėtojant e. verslą yra laikomas e. raštingumas. E. raštingumas – tai matas šalies mastu, rodantis, kiek šalis, tauta ir ekonomika yra pasirengę gauti naudos (ar nori gauti) iš skaitmeninės ekonomikos, todėl šis veiksnys plėtojasi 3 lygiais: nacionaliniu (teisiniai aspektai, investicijos, mokesčių reguliavimas), organizaciniu (kompiuterių, turinčių interneto prieigą, skaičius, finansų poreikio planavimas, darbuotojų pritraukimas) ir rinkos/vartotojo (klientų pasitenkinimas, pasitikėjimo lygis) (Bromideh 2012). E. raštingumas rodo, ar šalis, organizacija, klientai yra pasirengę įdiegti ir plėtoti elektroninę veiklą. Todėl šis matas yra susijęs su tokiais veiksniais, kaip antai: amžius, išsilavinimas, pajamos, bendravimas, technologijų įsivaizdavimas, naudojimosi paprastumas ir suderinamumas, bandymas, rizikos prisiėmimas, vaidmuo, išsamumas, motyvacija, gebėjimai. Remiantis tuo galima būtų teigti, kad, kuriant ar plėtojant e. verslą, būtina atsižvelgti į esamą e. raštingumo lygį, glaudžiai susijusį su šiais minėtaisiais elementais. E. raštingumo lygis gali būti įvertintas atliekant technologinių veiksnių analizę.

Iš nagrinėtų vertinimų aspektų sampratos galima teigti, kad vienas iš esminių konkurencinio pranašumo veiksnių, skatinantis naujų technologinių laimėjimų atsiradimą plėtojant kompetenciją ir žinias, tampa inovacijos,

o ypač – technologinės inovacijos (Savaya *et al.* 2009; Todtling *et al.* 2009). Technologinė inovacija atsiranda technologijų ir inovacijų sandūroje, kai, vystantis pasaulyje ekonomikai, vis didesnę reikšmę įgyja technologijų taikymas versle. Šios rūšies inovacija yra laikoma esminiu konkurencinio pranašumo veiksniu, skatinančiu naujų technologinių pokyčių atsiradimą bei sudarančiu galimybę gauti grąžą, plėtojant kompetenciją ir žinias.

Inovacijos skatina interaktyvų naujų žinių generacijos ir aplikacijos procesą. Taikydamos inovacijas įmonės gerina savo poziciją rinkoje, todėl geriau tenkina vartotojų poreikius, didina veiklos produktyvumą, gerina produktų kokybę, mažina projekto gyvavimo ciklą bei išlieka konkurencingos (Zilber, Araujo 2012). Vidinių ir išorinių veiksnių analizės rezultatus galima panaudoti inovacijoms kryptingai puoselėti ir joms pritaikyti. Plačiausia prasme inovacijas galima pritaikyti 4 būdais (Savaya *et al.* 2009): statiškai (perduodant turimas žinias); dinamiškai (mokantis kolektyviai); formaliai (remiantis reglamentais ir taisyklėmis); neformaliai (bendraujant).

Plėtojant inovacijas ir technologijas išryškėja poreikis įgyti reikalingų, bet trūkstamų žinių. Minėti inovacijų taikymo būdai apima dalijimąsi išreikštinėmis ir neišreikštinėmis žiniomis. Šis teiginys patvirtina autorių nuomonę, kad žinios, inovacijos ir technologijos nuolat sąveikauja, o jų sąveikoms ribojantis formuojasi daugiamatis klasteris, kuris sudaro prielaidas tobulinti gyvybės draudimo verslą diegiant e. verslo principus. Šio klasterio atsiradimas ir taikymas, transformuojant tradicinį gyvybės draudimo verslą į elektroninį, gerina strateginius veiklos rezultatus, suteikia galimybių išsiskverbti į naujesnes rinkas bei lemia naujų lojalių klientų įtraukimą. Natūralu, kad ir šio daugiamatžio klasterio valdymas, ir tokių pokyčių valdymas reikalauja atitinkamai naujo koncepto ir naujų valdymo metodų, kad esminiu pažinimo objektu taptų ne verslo generuojamas pelnas, o tvari verslo plėtra ir klientų pasitenkinimas teikiamomis paslaugomis, o visi atliekami procesai būtų nukreipti klientų poreikiams tenkinti.

Taip pat atsižvelgiama į veiksnius, lemiančius žymius organizacinės struktūros pokyčius, skatinamas geresnės valdymo technikos diegimas, įtvirtinamos naujos, visiškai pakitusios strateginės kryptys, atsiranda nauja verslo praktika, taikomi nauji organizaciniai metodai. Nagrinėjant naujus organizacinius metodus vienas svarbiausių yra elektroninis verslas (e. verslas). Jis efektyvinamas tik suderinus naujo verslo strategiją, pritaikant atitinkamą šalims svarbią ekonominę veiklą, kuri laikoma finansiniu tarpininkavimu apsaugant nuo rizikos ir gaunant žalos atlyginimą. Tai reiškia, kad draudimas yra tapatinamas su sutartimi dėl nuostolių atlyginimo, įvykus draudžiamajam įvykiui vienos

šalies riziką perskirstant tarp kitų narių (Kindurys 2011; Bazini *et al.* 2012). Todėl gyvybės draudimas yra vienas iš būdų pasirūpinti savo ateitimi ir išvengti lėšų praradimo rizikos (Lezgovko, Lastauskas 2008; Sen 2008).

### **KNIT klasterio taikymas e. gyvybės draudimo rinkoje**

Dabar dalis gyvybės draudimo įmonių teikia draudimo paslaugas internetu, nors jų veikla ir nėra visiškai automatizuota. Beje, vis daugiau draudimo įmonių supranta, kad e. verslo principų taikymas, kai nuolat auga informacijos ir komunikacijų technologijų svarba bei plėtojasi IT, pagreitina verslo pokyčių procesus. Svarbiausia išėitis – verslo procesus perkelti į elektroninę erdvę, kai tarp jų yra finansinių paslaugų sektorius, o ypač – gyvybės draudimo verslas.

Internetas pastaruoju metu plinta labai sparčiai ir draudimo sektoriuje, nes čia yra kaupiamas didelis kiekis paskirstomos draudimo informacijos. Įprastą gyvybės draudimą derinant su IT plėtros pokyčių lemiamomis galimybėmis atsiranda elektroninis gyvybės draudimas, kuris gali būti toliau plėtojamas informacijos ir žinių evoliucijos kontekste, kai atsiranda organizacinės struktūros pokyčiai (Paliulis, Uturytė-Vrubliauskienė 2010).

Iš to matyti, kad e. draudimas yra komunikacijos ir informacinių technologijų evoliucijos rezultatas, – visos draudimo operacijos yra atliekamos internete. Naudojantis informacija ir komunikacijos technologijomis e. draudime plėtojami nauji draudimo procesai, puoselėjama informacijos ir ryšių visuomenė. Bendriausiuoju atveju e. draudimas – tai interneto pritaikymas produkuoti ir paskirstyti draudimo paslaugas, naudojantis interneto prieiga ir informacinėmis technologijomis. E. draudimo esmė yra gerinti gyvenimo kokybę, gauti daugiau reikiamos informacijos ir taikyti efektyvesnius veiklos metodus laiko ir veiklos sąnaudoms sumažinti (Ribeiro Marques 2013; Meshkat *et al.* 2012).

Puoselėjant e. gyvybės draudimo verslą esant daugiamatiam klasterio poveikiui ir atliekant tradicinius draudimo procesus taikomos kelios draudimo procesą palengvinančios technologijos. Pagrindinės jų (Sahoo, Das 2009): duomenų bazių valdymo sistema (čia sisteminami duomenys apie klientus, agentus ir konkurentus, siekiant kad tai būtų atliekama tiksliai, lojaliai ir ieškant naujų galimybių); duomenų saugykla; sprendimų paramos sistema; grupinė susijungimo įranga (įranga, paranki dalytis informacija ir kurti draudimo verslą, kuriame būtinas nuolatinis dokumentacijos atnaujinimas); vaizdinės technologijos (vaizdo jungtis) ir geografiniai veiksniai (sistema, kuri padeda išanalizuoti ryšio mastą ir sudaro prielaidas diskusijoms internete);

skambučio centro technologija (nelankstus kompiuterizuotas informacijos paskirstymas, nes galima kreiptis tik iš anksto užsiregistravusiems); situacijų modeliavimas (modelis) – galimų scenarijų testavimas.

Atsižvelgiant į bendravimo su klientais būdą, draudimo įmonės propaguoja tokius IT sprendimus, kaip:

- *interneto svetainė*, kurioje pateikiama visa svarbiausioji informacija apie draudimo bendrovę, siūlomus draudimo produktus ir sutarčių sąlygas;
- *interneto portalas* – tai netiesiogiai su klientais susijusios svetainės, kuriose yra nuorodos į įvairią lankytojus labiausiai dominančią informaciją. Vėliau draudimo įmonių atstovai tikrina informaciją apie tai, kokiose svetainėse klientai dažniausiai lankosi, ir kas juos labiausiai domina;
- *pardavimo punkto portalas* – tai svetainės skelbimas kituose su draudimu (gyvybės draudimo paslaugų teikimo reklama banko svetainėse ar diskusijų forumuose) tiesiogiai susijusiuose tinklalapiuose;
- *tarpiniai brokeriai* – tai brokerių, tiesiogiai neparduodančių draudimo paslaugų, bet siūlančių apsidrausti tam tikroje kompanijoje, svetainės.

Plėtojant e. draudimą, siūloma sukurti bendrą savitaros portalą, kuris apimtų duomenų bazes su visa reikiama informacija, kuri būtų nuolat atnaujinama, gaunami duomenys (ar tikslinami) iš kitų įmonių duomenų bazių. Vis dėlto būtina susitelkti kurti saugią profilio prieigą. Dauguma žmonių turi daug profilių ir dažnai pamiršta ar supainioja slaptažodžius, ar slaptais duomenimis pasinaudoja tretieji asmenys. Vienam profiliui sukurti būtina talpi papildoma atmintis, todėl, įsilaužus į tokį profilį, gali nutekėti didelis informacijos kiekis. Būtina sukurti efektyvią apsaugos sistemą, tinkamai apsaugančią prieigą prie slaptų duomenų.

Labai patogus būdas identifikuoti asmenį yra pasinaudoti viešąja elektroninės identifikacijos schema, kuri gali būti susieta su asmens dokumentu ar atskira *EU Electronic Identity Regulation* (Schweighofer, Hotzendorfer 2013). Vokietijoje ši sistema veikia kaip ir Lietuvoje, Austrijoje ji yra išplėta, apsaugota slaptažodžiu, ar būtinas mobilusis telefonas. Iš to išplaukia *identifikavimo ekosistemos* sąvoka (angl. *National strategy for trusted identities in cyberspace (NSTIC)*), apibūdinama kaip interneto aplinka, kurioje individai ar organizacijos gali pasitikėti vieni kitais, nes laikomasi suderintų standartų ir procesų identifikuojant ar autentifikuojant jų skaitmenines asmenybes ir organizacijas ar įrenginius, todėl ribojama informacijos plėtra ir jos atskleidimas.

## **Elektroninio gyvybės draudimo verslo išorinės ir vidinės aplinkos vertinimas**

Globalizacija nulėmė socialinių, politinių ir ekonominių veiksnių pokyčius bei procesų kaitą draudimo rinkoje. Apibendrinant atliktos politinių, ekonominių, socialinių ir technologinių veiksnių *PEST* analizės rezultatus galima teigti, kad e. draudimui plėtoti ir Lietuvoje, ir Europos Sąjungoje sudarytos iš dalies palankios sąlygos, nėra sukurta viena teisinė bazė, per lėtai auga vartotojų raštingumo lygis ir nėra užtikrinamas pateikiamų duomenų saugumas. Todėl teisinę bazę reikėtų tobulinti (tiksliai reglamentuoti e. draudimo procesus), užtikrinti duomenų saugumą ir patikimumą, tikrinti jų adekvatumą. Taip pat būtina orientuotis pagrindinai į šalies 30–40 metų gyventojų grupes, nes būtent šios amžiaus grupės atstovai sudarinėja daugiausia e. gyvybės sutarčių (LR statistikos departamento duomenimis).

Siekiant tobulinti e. draudimo verslą ir tos plėtros principus perkelti į gyvybės draudimo sferą, būtina įgyti tam tikrų žinių, išsiaiškinti vartotojų poreikius ir lūkesčius. Siekiant išsiaiškinti draudėjų nuomonę buvo atlikta apklausa, kurios tikslas – sužinoti draudimo įmonių klientų nuomonę apie šiuo metu siūlomas draudimo paslaugas.

Remiantis Lietuvos banko duomenimis, 2012 m. buvo sudaryta 57 tūkst. naujų gyvybės draudimo sutarčių (t. y. atsirado 57 tūkst. naujų draudėjų). Siekiant atrankinės grupės reprezentatyvumo ir užtikrinti ne didesnę kaip 10 proc. paklaidą, pagal formulę buvo apskaičiuota, kad tyrimo metu reikia apklausti 99 subjektus (respondentus).

Tyrimas truko du mėnesius (2013 m. spalį–lapkritį). Tyrimo metu apklausti 99 respondentai – devynių didžiausių Lietuvos gyvybės draudimo įmonių (tarp jų *PZU Lietuva gyvybės draudimas*, *Compensa Vienna Life Insurance Group*, *SEB gyvybės draudimas* ir kt.) klientai.

Tyrimo dalyvavo 50 vyrų ir 49 moterys. Bene daugiau nei pusė respondentų (60 proc.) buvo 25–40 metų amžiaus. Apie 82 proc. respondentų turėjo aukštąjį universitetinį išsilavinimą, buvo dirbantys asmenys iš įvairių miestų – Vilniaus, Kauno, Klaipėdos, Joniškio ir Telšių.

Remiantis Lietuvos draudėjų apklausos rezultatais galima teigti, kad kiekvieną dieną internetu naudojasi 98 proc. visų respondentų, iš jų 59 proc. teko sudarinėti gyvybės draudimo sutartį elektroniniu būdu. Tai jau sudaro prielaidas manyti, kad e. gyvybės draudimas pamažu plečiasi ir tampa reikšmingesnis. Respondentų teigimu, draudimo sutarties sudarymas elektroniniu būdu atsieina pigiau (37 proc.), trunka trumpiau (29 proc.) ir yra patogesnis (nereikia važiuoti į draudimo bendrovę, užtenka tik prisėsti prie kompiuterio ir bet kuriuo momentu sudaryti draudimo sutartį) (25 proc.).

Daugiau nei pusė respondentų (60 proc.) paminėjo, kad prieš sudarydami draudimo sutartį domėjosi ir kitų draudimo bendrovių siūlomais variantais. Kaip esminiai draudimo įmonės pasirinkimo kriterijai yra įvardijami tokie veiksniai, kaip antai: patraukli kaina (29 proc.), draudimo įmonės svetainės įvaizdis (13 proc.), išsamūs produktų aprašymai (10 proc.), galimybė bendrauti su draudėju (10 proc.), kitų vartotojų, artimųjų, kolegų patirtis (10 proc.) ir kiti veiksniai (28 proc.).

Draudėjai, išsakydami savo nuomonę apie e. draudimo paslaugas Lietuvoje, paminėjo susidūrę su keliomis problemomis, kurios sumažino jų poreikį draustis ir privertė ieškoti alternatyvų. Dalis siūlomų draudimo sąlygų neatitinka poreikių (ši faktą paminėjo beveik 39 proc. respondentų), arba iš viso į poreikius neatsižvelgiama. Taip pat respondentai liko nepatenkinti kainos apskaičiavimu (apie 31 proc.), kai kaina preliminariai siūlant draustis neatitiko realios kainos. Be to, išryškėjo reikiamos informacijos, o ypač – prekių aprašymų trūkumas (15 proc.). Paaiškėjo, kad draudimo bendrovių klientai vengia sudaryti gyvybės draudimo sutartį internetu ir dėl įpročio naudotis tik tradiciniu būdu teikiamomis paslaugomis, baimės dėl pinigų ir duomenų saugumo, o aktyviai dirbantys konsultantai patys pasirūpina visomis sutarties pasirašymo detalėmis, ir klientams nėra būtinybės draustis internetu.

Kitas svarbus aspektas yra tai, kad respondentai dabartinių e. draudimo paslaugų kokybę vertina 8 balais (dešimtbale sistema). Šį vertinimą lemia tokios esminės kliūtys: saugumo ir imlumo naujovėms trūkumas; maža rinka; netinkama kaina ir kokybė.

Iš to išeina, kad, formuojant e. draudimo modelį, būtina sumažinti tarpinių grandžių kiekį ir administracinės išlaidas. Atsiskaitant elektroninės bankininkystės būdu (52 proc. respondentų atsakė, kad taip jiems atsiskaityti už draudimą patogiau), draudimo kaina sumažės. Be to, draudimo įmonės svetainėje (ar savitarnos portale) būtina pateikti išsamią informaciją apie siūlomus draudimo variantus bei draudimo sudarymo elektroniniu būdu procesų eiliškumą, ir ta informacija privalo būti nuolat atnaujinama atsižvelgiant į nuolat kintančius vartotojų poreikius. E. draudimo saugumas respondentams dažniausiai asocijuojasi su privatumu (~79 proc.) ir asmeninių duomenų saugumo užtikrinimu, todėl, plėtojant e. draudimo paslaugas, būtina akcentuoti būtent duomenų saugumo faktoriaus svarbą.

Siekiant numatyto tikslo buvo taip pat atliktas draudikų nuomonės tyrimas. Remtasi ekspertiniu vertinimu. Tyrimo tikslas – nustatyti kritines gyvybės draudimo verslo sektoriaus žinių įgijimo proceso sritis.

Remiantis nagrinėtais moksliniais literatūros šaltiniais buvo išskirti 36 galimi vertinimo veiksniai. Šiuos veiks-

nus ir jų tikslingumą aptarus su ekspertais buvo sudarytas 27 pirminių kriterijų sąrašas, o veiksniai susisteminti į 4 grupes: finansinius aspektus, organizacinius-techninius (saugumo) aspektus, turinio kokybės bei naudojimosi svarbos aspektus ir motyvacinus aspektus. Šie veiksniai buvo surašyti, sugrupuoti ir anketos forma išsiųsti ekspertams.

Siekiant duomenų patikimumo, vertinti buvo atrinkti 5 ekspertai: 4 – gyvybės draudimo įmonių darbuotojai ir 1 – pašalinis, glaudžiai susijęs su draudimo sfera, mokymų ekspertas (organizatorius). Vertinime dalyvavo draudimo ekspertai iš *PZU Lietuva*, *UAB DK*, *BTA Insurance company SE* filialo Lietuvoje, *Lietuvos draudimas*, AB, *Compensa TU S. A. Vienna Insurance Group* filialo Lietuvoje. Vertintojai gyvybės draudimo srityje dirba jau apie 10 metų. Į tiesiogines jų pareigas įeina bendravimas su klientais, naujų draudėjų paieška, sutarčių sudarymas, sklandus draudimo paslaugų teikimas ir dokumentų tvarkymas bei archyvavimas.

Šie ekspertai nustatė atrinktų kriterijų reikšmingumą. Reikšmingumą nustatymo intervalas [0,1] (kai 0 – nereikšmingas kriterijus, 1 – reikšmingas kriterijus), o visų kriterijų reikšmės buvo įvertintos pagal vertinimo skalę nuo 1 iki 3 (kai 1 – nereikšmingiausias, o 3 – reikšmingiausias veiksnys) (Pabedinskaitė, Vitkauskas 2009; Raudeliūnienė *et al.* 2012).

Atlikus ekspertinį vertinimą paaiškėjo, kad gyvybės draudimo bendrovių darbuotojai nėra tinkamai motyvuojami įgyti naujų žinių, ir tiesiog patys vengia taikyti naujoves, ypač savo darbinėje veikloje. Dėl per didelės žinių įgijimo ir technologijos kainos apmokomų darbuotojų grupės yra didesnės, o žinių įgijimo procesas trumpesnis, todėl šiuo atžvilgiu nėra perspektyvus. Žinių forma, kaip ir žinių įgijimo vieta, taip pat nėra visiems priimtina. Be to, per mažai ekspertų, ir labai retai sulaukiama reikiamos jų pagalbos. Būtent į šias problemines sritis ir bus orientuojamasi teikiant galimas žinių įgijimo proceso tobulinimo gyvybės draudimo įmonėse alternatyvas. Šios probleminės sritys turi būti eliminuotos. Priešingu atveju, net ir įgijus naujų žinių ir įdiegus inovacijas bei naujas technologijas, e. verslo procesas neveiks efektyviai.

### **Elektroninio gyvybės draudimo verslo transformacijos modelio kūrimas**

Siekiant pertvarkyti tradicinį draudimo verslą į elektroninį, draudimo bendrovių verslo modelis keičiasi. Sudaroma galimybė dirbti be pertraukų (turint laisvą minutę net ir namie prisijungti prie sistemos ir atsakyti į kliento pateiktą užklausą sudaryti draudimo sutartį ar užregistruoti draudžiamąjį įvykį). Norint sukurti tvaraus e. gyvybės draudimo verslo modelį, reikia sukurti tvarų naujo e. gyvybės

draudimo verslo pagrindą. Toks pagrindas gali būti žinių, inovacijų ir technologijų klasteris, kurį lemia šie esminiai aspektai – modelio veikimo, sąveikos su kitomis įmonėmis, techninių veiksnių ir turinio svarba. Taip sudaromos galimybės įeiti į naujas rinkas – draudimo bendrovėse gali apsidrausti ar apdrausti savo turtą klientai ne tik iš Lietuvos, bet ir iš užsienio šalių. E. gyvybės draudimo verslas yra kokybiškas ir veikia efektyviai, kai yra puoselėjamos šios charakteristikos: sistemos interaktyvumas, prieiga prie sistemos ir vartotojų noras naudotis šia sistema. Įdiegus savitarnos svetainę, klientai galės apsidrausti bet kuriuo metu ir bet kurioje vietoje, todėl nereikės nuomotis papildomų patalpų atstovybėms, nes draudikai galės dirbti tiesiog namuose.

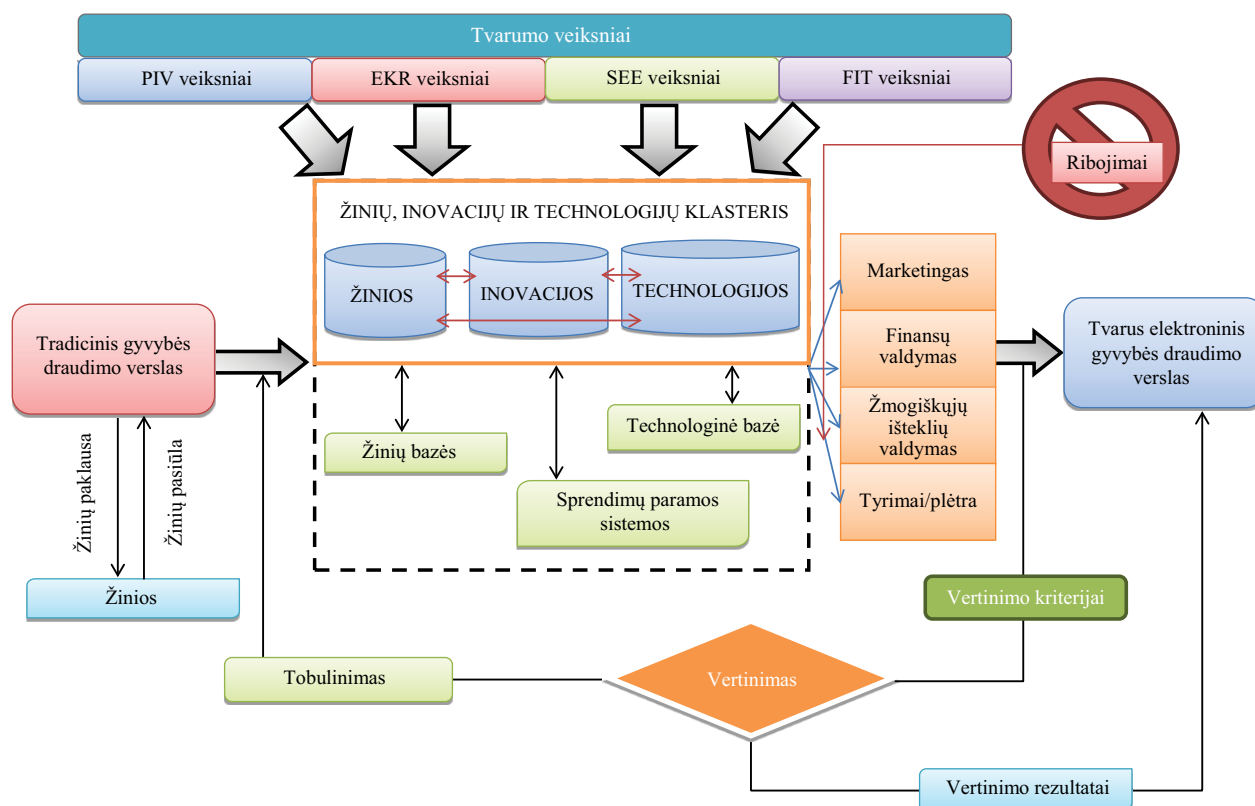
Remiantis moksline literatūros analize ir atliktais tyrimais, galima sudaryti tradicinio gyvybės draudimo verslo transformacijos į elektroninį draudimo verslą modelį, kuris užtikrintų darnią visų plėtros komponentų raidą. Šis apibendrintasis gyvybės draudimo verslo transformacijos modelis yra pavaizduotas 1 paveiksle. Sudarant modelį remiamasi šiomis prielaidomis:

- kuriamas žinių, inovacijų ir technologijų klasteris skatina naujų, tobulesnių, veiklos metodų taikymą ir greitesnę bei kokybiškesnę klientų poreikių patenkinimą;

- įteisinti sandoriai sudaryti e. būdu;
- e. verslo principai bus pritaikyti įvairiose tradicinio gyvybės draudimo sferose (rinkodarai, finansų valdymui ir kt.);
- orientuojamasi, kad pagrindiniai e. gyvybės draudimo klientai bus 30–40 metų amžiaus grupės;
- užtikrinamas pateiktų asmeninių duomenų konfidencialumas ir įteisintas e. parašo naudojimas.

Nuolat būtini nauji tradicinio elektroninio verslo valdymo metodai, nauja darbuotojų patirtis, efektyvesnis sprendimų priėmimas. Atsiranda naujų žinių iš išorės paklausa, ji apibrėžiama kaip naujas žinių poreikis. Dažniausiai trūksta tam tikros plėtros paskatos ir grįžtamojo ryšio, kuris lemtų tam tikrų pokyčių valdymą ar atitinkamų procesų tobulinimą. Generuojant naujas žinias, atitinkamai jas valdant bei panaudojant, esant tam tikroms plėtros problemoms, vyksta aktyvi žinių, inovacijų ir technologijų integracija. Pagrindiniai tvarumo veiksniai, grupuojami į keturias kategorijas (Rutkauskas *et al.* 2013):

- 1) politiniai, investiciniai, visuomeniniai (PIV);
- 2) ekonominiai, kultūriniai, religiniai (EKR);
- 3) socialiniai, ekonominiai, ekologiniai (SEE);
- 4) finansiniai, inovaciniai, technologiniai (FIT).



1 pav. E. gyvybės draudimo transformacijos modelis (sudaryta autorių)  
 Fig. 1. The model of e. life insurance transformation (made by the authors)

Šie veiksniai turi įtakos žinių, inovacijų ir technologijų integracijai, atsiranda žinių, inovacijų ir technologijų (*KNIT*) klasteris. *KNIT* klasterio atsiradimas sudaro prielaidas taikyti naujus valdymo metodus ir puoselėti veiklos technologijas. *KNIT* klasteris apima ir žinių klasterizaciją į labai specifines inovacijas ir technologijas bei inovatyvių žinių bazes. Pažymėtina, kad tinkamai patobulinus žinių bazę sukuriama reikalingiausias e. gyvybės draudimo verslo tobulinimo prielaidos, taikoma moderniausia įranga. Žinių bazę verslui naudinga sistema, ji apima technologinę bazę ir sprendimų paramos sistemą. Todėl šios bazės atsiradimas lemia technologijų gerėjimą ir efektyvesnių sprendimų generavimą, ypač kai technologijos traktuojamos ne tik kaip informacinės technologijos ir su tuo susijusios naujovės, bet ir kaip atitinkamų veiksmų atlikimo technologija. Veiklos technologija nėra apibrėžiama kaip materialus veiksnys, nes tai yra kiekvieno darbuotojo neišreikštinių žinių apraiška, tačiau plėtojant e. verslą būtina stengtis, kad tiek išreikštinės, tiek neišreikštinės darbuotojų žinios (patirtis) neišeitų iš įmonės ribų, net ir jam išėjus iš darbo. Technologinė bazė yra sistema, apimanti žinias apie dabar taikomus darbo metodus, informaciją apie tų metodų tobulinimą diegiant būtinas inovacijas ir žinias, apie naujų IT naudojimą siekiant efektyvesnio sprendimo priėmimo, todėl technologinės ir žinių bazės sandūroje atsiranda poreikis puoselėti sprendimų paramos sistemas. Be to, prieš šių paminėtų veiksmų gali būti priskirta ir duomenų bazių valdymo sistema ar duomenų saugojimo sistema, kurioje būtų sukaupta visa reikalingiausia informacija. Šios sistemos išryškės labiau patobulinus žinių bazę, žinios yra e. gyvybės draudimo vystymosi pagrindas.

Mokslininkai dar nepriėjo prie vienos nuomonės, kiek dėmesio (ir finansinių lėšų) reikia skirti kiekvienam kompleksinio klasterio elementui: žinioms, inovacijoms ir technologijoms. Remiantis moksline literatūra ir atliktais tyrimais galima daryti prielaidas, kad svarbiausiu komponentu būtina laikyti žinias, nes, turint ir įgyjant naujų žinių, atitinkamai reikia taikyti naujus valdymo metodus (veiklos atlikimo technologiją) ir skatinti atitinkamų inovacijų diegimą. Ši nuolatinė žinių, inovacijų ir technologijų integracija bei *KNIT* klasterio kūrimas, veikiant tvarumo veiksniams, lemia tradicinio gyvybės draudimo verslo transformaciją į tvarų elektroninį gyvybės draudimo verslą. Atitinkamai vyksta IT naujovių plėtotė, ir ypač sparčiai plečiasi naujų žinių taikymas kuriant inovacijas bei diegiant tobulesnes technologijas tokiose draudimo srityse, kaip rinkodara, finansų valdymas, žmogiškųjų išteklių valdymas ir tyrimų/plėtos sritis. E. draudimo plėtrai yra ir tokių barjerų kaip: žinių trūkumas, darbuotojų nepasirengimas taikyti naujoves (ar naujovių nepriimtumas) ar teisinių aspektų ribojimai.

Tik išvengus šių trukdžių ar juos eliminavus įmanoma pasiekti e. gyvybės draudimo verslo tvarumą.

Sukurto modelio efektyvumui patikrinti būtinas grįžtamojo ryšio užtikrinimas. 1 pav. pateiktame modelyje grįžtamasis ryšys yra užtikrinamas atliekant vertinimą. Vertinant siekiama pabrėžti tradicinio verslo transformacijos į elektroninį esmines problemines sritis. Numatomi tokie vertinimo kriterijai, kurie jau buvo taikyti tiriant draudikų nuomonę apie naujų žinių įgijimo procesą:

- *organizaciniai* – nustatomi pagrindiniai e. draudimo paslaugų teikėjai ir pagrindiniai vykstantys procesai, visa teikiama informacija privalo būti patikima, aktuali, aiški ir patenkinti kiekvieno informacijos vartotojo lūkesčius, taip pat būtina numatyti tinkamą kainodarą;
- *tarpusavio sąveikos* – struktūrizuojama sąveika tarp paslaugų teikėjų ir paslaugų gavėjų bei kitų (trečiųjų) šalių, iškilus problemoms, klientams privalo būti laiku suteikta operatyvi, visokeriopa pagalba, kad klientas susidarytų palankų įmonės įvaizdį ir taptų lojalus;
- *techniniai* – kuriant patikimas, efektyvias ir veiksmingas informacines sistemas – suderinant informacines technologijas ir programas; vertinant jų ryšį ir atitiktis standartams, protokolams; suteikiant galimybę mokėjimus atlikti tiesiogiai internete ar įvedant asmeninius/konfidencialius duomenis. Asmens duomenų saugumas tampa ypač svarbus, be to, kiekvienas puslapis turėtų greitai atsiverti, informacija turėtų būti pateikiama sparčiai, be jokių trukdžių;
- *semantiniai* – informacija privalo išlikti nepakitusi ir nepradingti bendravimo tarp šalių metu, didžiausią įspūdį daro vaizdinis komponentas ir reikiamos informacijos pateikimo stilius, nes jis turi įtakos teigiamoms emocijoms. Be to, klientams svarbu žinoti, kad jie bus laiku aptarnauti, o, sudarius sutartį, žalos atveju tai bus greitai kompensuojama.

Probleminių sričių atsiranda, kai nėra užtikrinamas naujos verslo strategijos taikymas – kai verslo veiklos objektu tampa ne klientas ir jo poreikiai, o pelnas, ir visi procesai numatyti ne klientų poreikiams tenkinti, bet pelnui gauti. Į vertinimo rezultatus būtina reaguoti, nes tik tokiu atveju verslas gali veikti efektyviai, ir atsiranda galimybė patenkinti kliento poreikius. Gavus vertinimo rezultatus galima dvejopa reakcija – toliau kurti tvarų elektroninį gyvybės draudimo verslą ar patobulinti atsižvelgiant į išorinės aplinkos veiksnius.

Apibendrinant, galima teigti, kad tradicinio gyvybės draudimo verslo procesų perkėlimas į elektroninę erdvę ir e. gyvybės draudimo verslo puoselėjimas lemia konkurencingumo gyvybės draudimo verslo kūrimą, atsižvelgiant į vidinės ir išorinės aplinkos aspektus, o tai reiškia, kad toks e. gyvybės draudimo verslas geriau atitiks klientų poreikius ir lanksčiai reaguos į tikėtinus pokyčius, o tai turės įtakos gyvybės draudimo rinkos plėtrai.

## Išvados

1. Siekdama konkurencingumo, prieinamumo ir lankstumo, įmonė turi savo veikloje laikytis e. verslo principų arba visiškai savo veiklą perkelti į elektroninę erdvę. E. verslas yra priimtina verslo organizavimo forma, nes sparčiau atliekamos įprastinės verslo operacijos, suteikiamos galimybės užimti naujas rinkas ir naudotis efektyvesnėmis inovatyviomis IT, atitinkamai gerėja klientų aptarnavimas (jo kokybė).
2. Taikant e. draudimo modelį tikslinga draudimo bendrovėms turėti savo interneto svetainę, palaikyti ryšį su klientais jiems priimtinomis formomis ir, geriausiai atveju, sukurti savitarnos svetainę. Kiekviena draudimo bendrovė yra unikali, į tai, pasirenkant atitinkamą e. verslo modelį, būtina atsižvelgti. Tinkamą pasirinkimą dažniausiai lemia dabartinė užimama rinkos dalis, tai, ar klientai patenkinti esamomis teikiamomis paslaugomis, arba jų nusiskundimai dėl teikiamų paslaugų kokybės ir spartos.
3. Perkeliant tradicinius verslo procesus į elektroninę erdvę būtina atsižvelgti į tokius svarbiausius veiksnius, kaip antai: saugumas, neiškreiptas informacijos turinys, paprastumas suvokti ir tinklalapio dizainas bei patogumas. Kiekvienas vartotojas turi rasti reikiamos informacijos, ją tinkamai suprasti/interpretuoti ir patogiai ja pasinaudoti. Be to, pateikta informacija turi būti patikima ir neiškreipta.
4. Apibendrinant statistinius duomenis, susijusius su išorinės aplinkos poveikiu e. gyvybės draudimo verslui, galima teigti, kad gyvybės draudimo plėtotei Lietuvoje sąlygos nevisiškai palankios: nesuvienodinta teisinė bazė, reglamentuojanti e. draudimo procesus, neužtikrinamas visapusiškas duomenų saugumas ir patikimumas. Todėl, siekiant patobulinti teisinę bazę, būtina reglamentuoti ir įteisinti e. gyvybės draudimo procesus, užtikrinti duomenų saugumą (juos koduoti) ir patikimumą (tikrinti jų adekvatumą).
5. Remiantis anketinės Lietuvos draudėjų apklausos ir draudikų ekspertinio vertinimo rezultatais galima teigti, kad draudėjai nėra visiškai patenkinti teikiamomis

e. gyvybės draudimo paslaugomis, todėl būtina perkelti visus atliekamus procesus į elektroninę erdvę, užtikrinant asmeninių duomenų neprieinamumą. Gyvybės draudimo bendrovės privalo turėti prieigą prie kitų įmonių duomenų bazių (sveikatos įstaigų ir bankų) ir taip palengvinti keitimosi reikalinga informacija procesą. Draudikai privalo būti labiau motyvuojami savo veikloje taikyti tobulesnius veiklos metodus ir diegti naujoves, siekti geriau patenkinti klientų poreikius.

6. Straipsnyje siūlomas patobulintas gyvybės draudimo e. verslo transformacijos modelis, kuris turėtų sudaryti prielaidas puoselėti gyvybės draudimo verslo konkurencingumą. Siūlomo modelio savitumas tai, kad užtikrinamas grįžtamasis ryšys (vertinimo forma), taikoma nauja verslo strategija, – pagrindinis objektas yra klientas ir jo poreikiai, o visi atliekami verslo procesai nukreipti klientų poreikiams efektyviai tenkinti.

## Literatūra

- Antonelli, C. 2009. The economics of innovation: from the classical legacies to the economics of complexity, *Economics of Innovation and New Technology* 18(7): 611–646.  
<http://dx.doi.org/10.1080/10438590802564543>
- Bazini, E.; Elmazi, L.; Sinanaj, S. 2012. Importance of relationship marketing management in the insurance business in Albania, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 44: 155–162.
- Bojnec, Š.; Papler, D. 2011. Economic efficiency, energy consumption and sustainable development, *Journal of Business Economics and Management* 12(2): 353–374.  
<http://dx.doi.org/10.3846/16111699.2011.573278>
- Bromideh, A. A. 2012. Factors affecting customer e-readiness to embrace auto e. insurance in Iran, *Journal of Internet Banking and Commerce* 17(1): 1–12.
- Cressewell, K.; Sheikh, A. 2013. Organizational issues in the implementation and adoption of health information technology innovations: An interpretative review, *International Journal of Medical Informatics* 82: 73–86.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2012.10.007>
- Davidavičienė, V.; Raudeliūnienė, J. 2010. ICT in Tacit knowledge preservation, in *The 6th International Scientific Conference Business and Management 2010: selected papers*, May 13–14, 2010. Vol. 2. Vilnius: Technika: 822–828.
- Devece, C. 2013. The value of business managers' "Information Technology" competence, *The Service Industries Journal* 33(7–8): 720–733.  
<http://dx.doi.org/10.1080/02642069.2013.740463>
- Ertmer, P. A.; Ottenbreit-Leftwich, A. T. 2010. Teacher technology change: how knowledge, confidence, beliefs and culture intersect, *Journal of Research on Technology in Education* 42(3): 255–284.  
<http://dx.doi.org/10.1080/15391523.2010.10782551>
- Fakhri, L. S.; Talebzadeh, F. 2011. A framework for Professional citizenship education based on knowledge management principles, *Procedia – Social and Behavioral Sciences* 29: 1133–1142.



- Kinduryš, V. 2011. *Gyvybės draudimo paslaugų verslas ir jo raidos Lietuvoje apraiškos ir tendencijos: teoriniai ir praktiniai aspektai*: monografija. Vilnius: Vilniaus universitetas. 574 p.
- Lezgovko, A.; Lastauskas, P. 2008. Šiuolaikinė draudimo rinka ES šalyse ir Lietuvoje: analizė ir perspektyvos, *Ekonomika* 82: 127–146.
- Lietuvos statistikos departamentas. 2012. *Informacinės technologijos Lietuvoje* [Information Technologies in Lithuania] Vilnius. 114 p. ISSN 2029–3615.
- Luke, B.; Verreynne, M. L.; Kearins, K. 2010. Innovative and entrepreneurial activity in the public sector: the changing face of public sector institutions, *Innovation: Management, Policy & Practice* 12: 138–153. <http://dx.doi.org/10.5172/impp.12.2.138>
- Meshkat, L.; Farkhondehnia, F.; Bagheri, Z.; Alihoseini, O.; Sanayeimatak, S.; Esmaeili, M.; Mostafalo, M.; Ebadati, M.; Masaratbakhsh, M. 2012. Electronic insurance and its application in e-commerce, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research In Business* 4(8): 640–647.
- Noor Al-Jedaiah, M. 2010. The impact of information technology (IT) on decision-making process in the public sector, *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business* 2(5): 320–329.
- Pabedinskaitė, A.; Vitkauskas, R. 2009. Daugiakriterinis produkto kokybės vertinimas, *Business: Theory and Practice* 10(3): 214–222.
- Pacharapha, T.; Ractham, V. V. 2012. Knowledge acquisition: the roles of perceived value of knowledge content and source, *Journal of Knowledge Management* 16(5): 724–739. <http://dx.doi.org/10.1108/13673271211262772>
- Paliulis, N. K.; Uturytė-Vrubliauskienė, L. 2010. Economics aspects of electronic Business, in *Business and Management. Vilnius, Lithuania, 2010*. Vilnius: Technika, 913–919.
- Raudeliūnienė, J.; Meidutė, I.; Martinaitis, G. 2012. Evaluation system for factors affecting creativity in the Lithuanian armed forces, *Journal of Business Economics and Management* 13(1): 148–166. <http://dx.doi.org/10.3846/16111699.2011.639797>
- Ribeiro Marques, B. A. 2013. The development of value systems and the role of information systems in the Portuguese insurance industry, *Journal of Information Systems and Technology Management* 10(3): 463–482. <http://dx.doi.org/10.4301/S1807-17752013000300001>
- Rutkauskas, A. V.; Račinskaja, I.; Kvietkauskienė, A. 2013. Integrated knowledge, innovation and technology cluster as a self-regulating complex system, *Business, Management and Education* 11(2): 294–314.
- Rutkauskas, A. V.; Račinskaja, I. 2013. Integrated intelligence and knowledge, innovation and technology management, nurturing country universal sustainable development, in *II Международная научно-практическая конференция «Проблемы современной экономики: глобальный, национальный и региональный контекст», 23–24 мая 2013. Гродно*. Гродно: Гродненский государственный университет имени Янки Купалы, 205–211.
- Santos Silva, L. C.; Kovaleski, J. L.; Gaia, S.; Garcia, M.; Junior, A. 2013. Technology transfer and knowledge management in technological innovation center: a case study in Brazil, *Journal of Management and Strategy* 4(2): 78–87.
- Sahoo, S. C.; Das, S. C. 2009. *Insurance Management*. Global Media: Himalaya Publishing House. 582 p.
- Savaya, R.; Elsworth, G.; Rogers, P. 2009. Projected sustainability of innovative social programs, *Evaluation Review* 33(2): 189–205. <http://dx.doi.org/10.1177/0193841X08322860>
- Schweighofer, E.; Hotzendorfer, W. 2013. Electronic identities – public or private, *International Review of Law, Computers & Technology* 27(1–2): 230–239.
- Sen, S. 2008. An analysis of life insurance demand determinants for selected Asian Economies and India, *Working paper* 36: 1–47.
- Sullivan, D. M.; Marvel, M. R. 2011. Knowledge acquisition, network reliance and early-stage technology venture outcomes, *Journal of Management Studies* 48(6): 1169–1193. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00998.x>
- Todtling, F.; Lehner, P.; Kaufmann, A. 2009. Do different types of innovation rely on specific kinds of knowledge interactions?, *Technovation* 29: 59–71. <http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2008.05.002>
- Zilber, N. S.; Araujo, B. J. 2012. Small companies innovations in emerging countries: e-business adoption and its business model, *Journal of Technology, Management & Innovation* 7(2): 102–115.

## THE RESEARCH OF ELECTRONIC LIFE INSURANCE BUSINESS DEVELOPMENT FACTORS IN THE CONTEXT OF INTEGRATION

I. Račinskaja, J. Raudeliūnienė

### Abstract

During the development of globalization, here is the active integration of knowledge, innovation and technologies, which leads to the rapid use of information technologies in the processes of traditional life insurance business. The traditional business principles now are outdated and new, more efficient methods of work for traditional business transforming into an electronic business are necessary. However, such problems as use of irrelevant principles of e-business for insurance sector stop the activities of insurance companies. Therefore, while the intensive transformation of traditional life insurance business to electronic is still going, it is necessary to prepare the relevant model of e-business development. The objective of this article is to form the model of e-insurance business transformation. To achieve this objective it is necessary to examine the theoretical aspects of e-business, to except the elements which form the e-business, its relationships and dependencies, and to analyse the models of main e-business; to identify the trends of e-business in Lithuania (and European Union) and to analyse the situation of e-business at Lithuanian life insurance. In this article the following methods of analysis are used: a systemic analysis of the scientific literature, both the theoretical and practical claims matching methods, PEST analysis, a survey method and expert evaluation.

**Keywords:** electronic business, life insurance, knowledge, innovation and technologies.