

18.3. Działalność bigtechów w obszarze ubezpieczeń

Największe i dominujące firmy technologiczne, które działają w skali międzynarodowej i w znaczący sposób przyczyniają się do zmian w społeczeństwie oraz działaniach *online*, nazywane są bigtech (także technologiczni giganci – *Tech Giants*, czy Wielka Czwórka – *Big Four*). Do tych firm zalicza się Google, Amazon, Facebook i Apple, stąd funkcjonujący akronim GAFAM, w innej wersji dolicza się do nich Microsoft (wtedy akronim przybiera postać GAFAM) (Smyrniaios, 2016). Obecnie, wskutek rozwoju kolejnych megafirm technologicznych i ich wpływu na funkcjonowanie rynków, konkurencji i klientów, do bigtechów zalicza się także inne firmy o podobnych charakterystykach, takie jak Alibaba, Twitter, a także, z uwagi na ogromną kapitalizację rynkową, firmy takie jak Saudi Aramco, Tesla czy Tencent. Cechą wspólną opisanych firm, oprócz ich działania w obszarach nowoczesnych technologii informatycznych, jest fakt, że rozpraszają one swoją działalność, która nie skupia się już jedynie na ich pierwotnej działalności, ale oferują swoje rozwiązania w zupełnie innych obszarach, w szczególności w dziedzinie finansów. Firmy te starają się wykorzystywać ogromne bazy użytkowników i danych, które posiadają, a także możliwość docierania do szerokiego grona odbiorców i uatrakcyjnianie dla nich swojej oferty przez czynienie jej jak najbardziej pełną. Wskazuje się jednak, że próby działania przez bigtechy na rynku finansowym związane są z wyzwaniami, takimi jak postrzeganie je przez klientów jako firm, którym nie do końca można ufać. Z badania przeprowadzonego w 2018 r. przez Capgemini wynika, że klienci bigtechów identyfikują różne czynniki, które zniechęcają ich do korzystania z usług finansowych oferowanych przez takie firmy (rys. 18.5). Głównymi obawami są wątpliwości co do bezpieczeństwa danych i poszanowania prywatności przetwarzanych danych (takie zagrożenie identyfikowało prawie 60% badanych), związane ze śledzeniem użytkowników w sieci i uzyskiwaniem dostępu do danych wrażliwych. Respondenci wskazywali także, że brakuje im zaufania do firm bigtech, na którym powinno przecież opierać się świadczenie usług



Rysunek 18.5. Czynniki zniechęcające do korzystania z usług finansowych świadczonych przez bigtechy – perspektywa klientów w 2018 r.

Źródło: (Capgemini, 2018).

finansowych oraz na fakt, że banki dostarczają im usługi, które są wystarczające dla ich potrzeb, mają złe doświadczenia z obsługą przez bigtech w przeszłości lub produkty i oferowany serwis są dla nich nieodpowiednie.

Według raportu Capgemini mimo wielu czynników, które zniechęcają do korzystania z usług finansowych oferowanych przez bigtechy, klienci powoli zyskują do nich zaufanie w tym obszarze. W 2016 r. chęć zakupu ubezpieczenia od firmy bigtech wyrażało 17% badanych (w Stanach Zjednoczonych), w 2018 r. było to już 30%, a w 2020 r. aż 36% (Capgemini, 2020, s. 10). Interesującym przykładem jest tutaj rozwój platformy ubezpieczeniowej WeSure posiadanej przez chiński bigtech Tecent. Założona pod koniec 2017 r. platforma pozwala na zakup i obsługę ubezpieczeń od różnych ubezpieczycieli przez stronę *online* oraz komunikator, w ciągu dwóch lat zyskała 25 mln użytkowników. Innym przykładem jest Xiang Hu Bao, uruchomiona w 2018 r. platforma ubezpieczeń wzajemnych, na której liczba 100 mln użytkowników została przekroczona w ciągu roku (Capgemini, 2020, s. 10). O ile w przypadku firm oferujących swoim klientom inne usługi finansowe czy będących dostawcami platform społecznościowych, sklepów *online* czy innych usług technologicznych ich zaangażowanie w rynek ubezpieczeń wydaje się być poniekąd naturalnym krokiem w rozwoju, to zupełnie innym przykładem może być oferowanie usług ubezpieczeniowych swoim klientom przez firmy produkcyjne, czego przykładem jest Tesla. Wskazuje się, że przedsiębiorstwo to zaczęło pod koniec 2019 r. kierować do swoich klientów ofertę ubezpieczenia motoryzacyjnego do zakupywanego samochodu w wybranych stanach USA (Capgemini, 2020, s. 11). Taka oferta ubezpieczenia może być atrakcyjna dla nowych właścicieli aut, ponieważ proponuje się im spersonalizowane ubezpieczenie oparte na danych dotyczących ich samochodu i stylu jazdy. Monitorowanie bieżących danych pochodzących z kamer i czujników zamontowanych w danym samochodzie pozwala z wysoką dokładnością ocenić ryzyko i na jego bazie skalkulować składkę dla danego klienta. Klienci, którzy wraz z nietuzinkowym samochodem otrzymują spersonalizowane usługi, mają poczucie wyjątkowości i przez to wskazuje się, że ich retencja jest wysoka. Warto zważyć wysokie zaangażowanie i zainteresowanie Tesli niestandardowymi metodami wykorzystywanymi w finansach, czego przykładem jest na pewno próba adopcji kryptowalut. Już od początku 2021 r. Elon Musk ogłosił, że Tesla będzie przyjmowała płatności za samochody w bitcoinie. Od marca 2021 r. była możliwość zakupu Tesli za BTC, natomiast od 13 maja została ona zablokowana (Tesla.com). Adopcja takich rozwiązań płatniczych przez firmy produkcyjne ukazuje ich otwartość na nowe rozwiązania finansowe, więc oczekiwania, że mogą wnieść coś nowego na rynek ubezpieczeń, nie są przesadzone.

O zaangażowaniu bigtechów w rynki ubezpieczeń najlepiej świadczą podejmowane przez nie konkretne inicjatywy w tym zakresie. W zasadzie tylko w działalności Apple, jako jedyne przedsiębiorstwa zaliczanego do GAFAM, nie udało się odnaleźć prób zaistnienia na rynku ubezpieczeń, choć nie zmienia to faktu, że produkty Apple są wykorzystywane na potrzeby ubezpieczeń, jak np. smartwatche w celu monitorowania parametrów życiowych w ubezpieczeniach życiowych i zdrowotnych. Dystrybutorzy Apple często proponują także możliwość zakupienia ubezpieczenia wraz z zakupywanymi produktami Apple, jednak są to ubezpieczenia oferowane przez firmy zewnętrzne.