

ПАТОТ НА ПРЕДИЗ САМО УСПЕХ

Божидар Јанковски, директор на Diners Club International Македонија, е карактеристичен претставник на помладата генерација скопски деца. Роден во главниот град, каде го завршува основното и средното образование. Личност од генерациите кои ги привлекува музиката, театарот...

Професионалната определба го ориентира кон економските науки на Универзитетот "Свети Кирил и Методиј" во Скопје. Деловниот дух, иницијативноста и желбата за активност го отргнуваат од науката и многу брзо се вклучува во сферата на бизнисот, на почетокот како хонорарен комерцијален соработник за Македонија на Центарот за интелектуална сопственост и маркетинг во Белград. Непосредно пред распаѓањето на поранешната југословенска држава, воден од деловниот инстинкт се вклучува во областа на меѓународната шпедиција, како самостоен референт во "Бар Транзит". Навлегувајќи во меѓународната економска и трговска соработка, меѓу првите во Република Македонија, како самостојна држава, отвора сопствена шпедитерска куќа "Сканшпед", која денес сè уште функционира и успешно работи под водство на неговиот помал брат. Во деловната биографија на Јанковски следува нов бизнис потфат - создавање на фирмата "Сканскоп", која исто така, се занимава со меѓународна шпедиција и агенциски услуги, а набрзо бизнисот го проширува и на брзите пошти. Оваа фирма станува агент на експресните меѓународни пошти RGW од Франкфурт и Norsk European од Лондон.

Најголемиот и според резултатите најуспешниот предизвик за Јанковски докажано станува понудата да застане на чело на Diners Club International Македонија, фирма која иако неколку години веќе беше етаблирана во Скопје, сè уште "страдаше" од почетните слабости и го трасираше патот на платежните картички во Македонија.

Откако на чело на оваа компанија како извршен директор се наоѓа Божидар Јанковски, таа забележува резултати во зголемувањето на бројот на членовите на Diners Club Македонија, на продажните места на кои се користи оваа "пластична" картичка, со значителен финансиски ефект за компанијата, така што тој тука го наоѓа своето вистинско место во деловниот свет.

Со него Diners Club Македонија е пример како се вложува во вработените, во нивната натамошна едукација и образование преку организирање семинари и друго.

■ Разговорот го водеше: **Силвана БЛАЖЕВА**



Господине Јанковски, во нашава држава станува континуирана појава на чело на успешните фирми да се наоѓаат млади луѓе, личности на новото време, кои пронашле модус како својата инвентивност, деловност и способност да ја преточат во дело. Конкретно, Вие веќе пет години сте директор на Diners Club Македонија, кој во нашава држава постои околу десет години. Како ќе ја претставите првата кредитна картичка кај нас, од нејзините почетоци до денес?

ЈАНКОВСКИ: Комплиментите за мене лично добиваат во квалитативно значење со тоа што јас и мојот тим успеавме за време на моето веќе петгодишно раководење со Diners Club Македонија, оваа македонска компанија да се рангира како успешна, во земјава, но и надвор од неа. Трендот на етаблирање млади раководни кадри во нашава држава го сметам за исклучително важен елемент во создавањето модерна, ефикасна и профитабилно ориентирана економија, која ќе биде конкурентен фактор во европски рамки. Имено, просечната возраст на нашите вработени е помала од 30 години. Според мене, ние докажавме дека тој спој на енергија и искуство е добитната комбинација за новото време, луѓе кои многу брзо

ВИЦИТЕ ПРИЗНАВА





поволности кои ги обезбедуваат нашата и соодветната компанија, при што се одобруваат одредени попусти, се овозможува купување на 12 или на 24 рати без камата, се добиваат бесплатни авиобилети, предвидени се подароци за лојалните корисници и... Секој месец се зголемува бројот на нашите услуги.



Потенцирате дека Вие и Вашиот клуб имате воспоставено бизнис релации со одредени стратешки партнери во државата, како што се: Тутунска банка, Мобимак, Еуролинк осигурување, МАТ... Која е целта да се организира ваквата соработка и што таа овозможува?

ЈАНКОВСКИ: Да, би рекол дека една од стратешките цели на нашата компанија е да се воспостават деловни релации со значајни партнери во бизнис сферата во Република Македонија. Оправдано сметаме дека тоа е во наш заеднички интерес, а особено го имаме предвид интересот на нашите клиенти, за кои сите ние значително се грижиме.

Ќе се обидам ваквата соработка со повеќе значајни компании и предноста од неа да ја претставам попластично:

- Само со Diners Club картичката корисниците на Мобимак мрежата можат да ја активираат услугата M recharge, со што добиваат можност во секое време од секое место во светот да го дополнат со импулси сопствениот или при-пејд телефонот по нивен избор.

- На сите наши членови им го заштедуваме времето (а и нервите), кое се губи во чекањето по шалтерите за да се платат месечните сметки за струја, за мобилните и фиксните телефони, односно по пат на траен налог корисниците на картичките можат да се претплатат на овие услуги.

- Доколку нашите членови се заинтересирани можат за само 10 денари месечна претплата да се осигураат за премија од 70.000 денари кај нашиот стратешки партнер Еуролинк осигурување.

- Возилата и имотот можат да се осигураат во Еуролинк или во Кјуби осигурување и тоа на 12 рати.

- На шалтерите на Тутунска банка може да се подигнува готовина со Diners Club картичката.

- Како резултат на соработката со МАТ, со картичката Diners може да се патува на рати, но без камата.



Кој може да се здобие со правото да ја користи Вашата картичка, почнувајќи од поединецот, преку фирмите, па до поголемите претпријатија, кои интензивно се прилагодуваат на современата деловна сфера?

ЈАНКОВСКИ: Да се користи Diners картичката всушност е можност да се биде член на големото Diners семејство и да се ужива во сите поволности кои ги нуди богатата палета наши услуги.

Корисник на Diners картичката може да стане оној кој има редовна плата повисока од 15.000 денари и за чие исполнување на обврските кон Diners Club Македонија ќе гарантира компанијата во која е вработен. Не е потребно да се вложат средства за депозит, затоа што едно од основните правила на нашата компанија е да бидеме што подостапни до граѓаните и се разбира, на овој пазар поконкурентни од другите.

Во исто време Diners Club Македонија нуди повеќе различни услови за добивање на картичката, при што се води сметка за таргетирање на поголема структура на луѓе и приближување на Diners картичката кон нивните потреби.

се вклопуваат во светските услови и начини на работење, при што така размислуваат и дејствуваат. Сите оние кои остваруваат соработка со Diners Club International Македонија се придржуваат до нејзиниот напишан "устав" во кој основно правило е почитувањето на правилата, при што не е дозволена политичка, верска и друга дискриминација, единствено е важна способноста да се оствари профит.

Што се однесува до Diners Club Македонија, тоа е првата кредитна, но и воопшто првата платежна картичка во Република Македонија.

До 1991 година кај нас Diners Club картичката беше застапена преку Генерал Турист, а од 1996 година во нашава земја самостојно се одобруваат и се издаваат картичките. До денес, а сигурно и во иднина, Diners Club картичката се категоризира како кредитна картичка која ги следи потребите на оние кои ја користат, при што им го олеснува реализирањето на секојдневните потреби. Се надевам дека навистина стануваме дел од убавите моменти на животот на нашите членови.



Diners Club Македонија може да се пофали со широка палета картички. Со колку видови Diners картички расплагаат и што значи секоја од нив?

ЈАНКОВСКИ: Покрај Diners classic кредитната картичка, во Македонија се користат и картичките кои ги издаваме во соработка со нашите стратешки партнери Тутунска банка, Еуролинк банка, Мобимак и МАТ. Секоја од овие картички има своја специфика, која на корисниците им дава одредени

Според ова, цените за уписнина и членарина се разликуваат при единечно или групно членство, за основна, деловна или кобрендинг картичка, но затоа се унифицирани можностите на нашите сегашни или идни членови сите потребни информации да ги добијат во текот на 24 часа, како на нашите телефони, така и на веб-страницата на Diners Club Makedonija www.diners.com.mk



Свесни дека времето е драгоцено, на своите членови - корисници на Diners картичките им давате повеќе можности. Кои се тие?

ЈАНКОВСКИ: Пред две години, во нашиот деловен план за периодот 2003-2008 година, како една од основните цели на Diners Club Македонија си поставивме задача како на нашите членови да им го скратиме времето и маките пред шалтерите низ државава, па дури и кога станува збор за нашиот салон во Градскиот трговски центар. Всушност, што е можно повеќе од плаќањата тие да ги извршуваат од дома или да се реализираат по автоматизам секој месец и без компликации. Сакаме, од пристапувањето во Diners Club, потоа секое плаќање, замена на картички, или одредени информации, членовите да можат да ги добијат преку Интернет или телефон, со СМС порака итн. Денес времето нема цена, затоа и се обидуваме нашите членови да не го трошат непотребно. Сметките за струја, вода, мобилен телефон се плаќаат со траен налог, значи поштедени се од стоењето пред шалтерите. Како што реков, при-пејд телефоните на Мобимак се полнат со импулси преку СМС порака од дома, нема барање картички по продавници. Заинтересираните можат да аплицираат за Diners Club картичка преку Интернет, каде што може да се добие информација каде и на колку рати може да се купи одредена стока или услуга.



Какви се предностите и поволностите во користењето на Вашите картички?

ЈАНКОВСКИ: Предноста е во тоа што ако сметките ги плаќате во определените рокови тогаш стоката или услугата ќе ве чини како да сте ја платиле во готово, значи плаќате на одложено време, но без дополнителни трошоци. А во ова време на ограничени финансиски можности, особено е значајна погодноста да се купува на рати, на 6, на 12, па дури и на 24 месеци.

Со Diners Club картичката може да се купува на рати, во зависност од продажното место и од висината на цената на стоката. Морам да нагласам дека важна улога во купувањето на рати има политиката на самите продажни места, при што има случаи кога тие наплатуваат процент при продажбата на рати, а некои, пак, иако плаќаат камати при склучувањето договор со нашата деловна банка - Тутунска банка, сепак не наплатуваат провизија при продажбата на рати. Diners се стреми кон намалување на оваа провизија со тоа како што се намалува каматната стапка така е во опаѓање и провизијата при купувањето на рати. Да напоменам дека сепак, освен при купувањето на рати, од нашите членови не се наплатува провизија, а со тоа и оптоварувањето при користењето на картичката како платежно средство е минимално во однос на стандардните начини на купување со готовина.



Карактеристично за Вашиот клуб е тоа што своите лојални членови ги наградувате, а непослушните ги "удирате по прсти". Како?

ЈАНКОВСКИ: Не би рекол дека тоа е карактеристично само за Diners Club Македонија. Мислам дека сите сериозни компании од оваа фела практикуваат вакво нешто во својата работа, односно секому во неговата работа му е значајно да не дозволи некој да ги изигрува утврдените правила на игра, со кои детаљно е запознат оној кој станува член на Diners, всушност и потпишува договор за нивно коректно исполнување. Сè што следува во случај кога не се исполнуваат преземените обврски е нешто што е вообичаено и нормална процедура и постапка во секоја правна држава, а тоа е начин да се биде деловен и да се штитат интересите на сопствената компанија.

Од друга страна, пак, токму во функција на својата деловност и на грижата за своите членови Diners Club Македонија има поширока лепеза на поволности и награди за, како што Вие ги нарекувате "лојалните членови", а всушност тоа се оние кои коректно ги исполнуваат нивните со договор преземени обврски. Навистина имаме предвидено многубројни пријатни изненадувања: голем број разновидни подароци за редовно плаќање на сметките, наградни игри со патувања во странство и други.





Како во светот на безготовинското плаќање денес е рангирана Diners картичката? Каква е нејзината глобална мрежа и прифатеност меѓу населението, односно кој е бројот на регистрираните членови во Diners клубовите и нивниот профил?

ЈАНКОВСКИ: Не сакам да се сфати како пропаганда, но би потенцирал дека фактите јасно покажуваат како според употребата, денес во светот Diners е трета платежна картичка. А во Македонија ние сме лидери и правиме сè за тоа и да останеме. Би додал дека во светот, во моментов 20.000 лица се грижат за беспрекорното функционирање на Diners Club картичката. Во 1951 година Diners Club International ја отворил првата франшиза во Велика Британија, а во следните години се проширил и во Канада, Куба, Мексико, Мароко, Шпанија и во други земји. Денес практично и нема земја без свој Diners Club.



Да се вратиме во времето пред пет ипол децении. Во бизнисот со кредитни картички е познат еден настан именуван како "Првата вечера". Од каде потекнува ваквиот невообичаен назив и како тој се поврзува со кредитните картички?

ЈАНКОВСКИ: Како и секогаш, генијалните идеи се производ на секојдневни ситуации. Заборавениот паричник на банкарот Франк Макнамара во 1949 година и неможноста да ја плати вечерата во ресторанот ја промовира и првата кредитна картичка. Всушност, Макнамара се досетил и на својата визит-карта го запишал износот на сметката и се потпишал, па го замолил сопственикот на ресторанот да дојде во неговата банка и да си ги земе парите. Бидејќи ова му успеало, тој самиот се прашал зошто вакво нешто не би можело да се направи и за неговите клиенти, односно на Citi Bank, каде што во тоа време бил директор. Тој почнал да издава картички од оваа банка, а со нив клиентите плаќале во ресторанот. Првите 200 сопственици на ваквата картичка биле неговите пријатели и познаници. Во тоа време годишната членарина изнесувала само 3 долари. Непосредно потоа, 14 ресторани во Њујорк веднаш се согласиле да ја прифатат Diners картичката како платежно средство и таа како таква останува сè до денес. Поради првата на тој начин платена "вечера" (на англиски јазик diner значи вечера) картичката го добила и сè до денес го задржала своето име.



Како Вие би ги презентирале почетоците на Diners Club во светски рамки и неговиот развој во текот на историјата на постоењето на оваа картичка?

ЈАНКОВСКИ: По онаа "прва вечера" долго време Diners е лидер во областа на картичарското работење. Со текот на времето се етаблираат и Мастер и Виса картичките, како дебитни банкарски картички. Вториот дел на називот на картичката Diners Club покажува дека за разлика од другите, оваа картичка е наменета за одреден круг корисници. Можеби забележавте дека го користам терминот членови, а не клиенти. Сакам да ви кажам дека од појавата до денес, политиката на Diners на интернационално ниво, па така и во Македонија е неговите членови секаде во светот да се чувствуваат како припадници на еден клуб, во одредена смисла дури и ексклузивен, според можностите кои ги дава.



Diners Club International има синцир од 83 франшизи, подфраншизи и агенции со 67 локални валути. Картичката е прифатена во околу 200 земји во кои има повеќе од 8 милиони членови. Diners картичката може да се користи во 8,5 милиони продажни места ширум светот и да се подигнуваат пари од 835.000 банкомати во 120 земји.

Исто така, би сакал малку и со бројки да ја илустрирам состојбата на Diners во нашава држава. Кога во 1996 година Diners Club International отвори своја подфраншиза во Македонија бројот на Diners Club Mak членови бил само 1.770, за во 2000 година нивниот број да се зголеми на 4.055, а денес Diners Club International Македонија има 14.000 членови. Ако на овие податоци го додадеме и фактот дека 90 проценти од имателите на картички се наоѓаат само во Скопје, тогаш параметрите покажуваат дека застапеноста на картичката како средство за безготовинско плаќање е мала во споредба со

луѓето кои се платежно способни да поседуваат картички. Но, глобално Diners Club Македонија не е незадоволен од досегашните остварени резултати, бидејќи сепак интересот за ваквиот начин на плаќање има тенденција на пораст.

Ако ја споредиме состојбата во Македонија со онаа во светот, слободно може да се каже дека нашата држава се наоѓа на почетокот од процесот на развој на картичното работење, па според тоа, потенцијалот за развој е во границите на потенцијалите кои компании што издаваат картички за безготовинско плаќање сами си ги одредиле во нивните долгорочни деловни политики.

Истовремено, еднакво значење со бројот на членовите има и распространетоста на мрежата во која може да се користат Diners картичките. Во овој момент тоа се 3.500 продажни места во Македонија, а позначајна од оваа бројка е нивната класификација. Мислам дека со неа се добива појасна слика за тоа какви сè погодности и можности им нуди Diners Club Македонија на своите членови.

Веќе добро познатиот бело-син знак се наоѓа во синџирите на супермаркетите, туристичките агенции, хотелите, рестораните, бензинските пумпи (Макпетрол, Фершпед, Макоил), во Мобимак, Германос, Електростопанство, Македонски телекомуникации, во продавниците за бела техника, салоните за возила, рент-а кар агенциите, бутиците, училиштата за странски јазици. Или поинаку речено се обидуваме да ги следиме потребите на нашите членови и на оние кои сакаме да ги привлечеме.



Што значи тоа што зад финансиската моќ на Diners се наоѓа една од водечките светски финансиски организации?

ЈАНКОВСКИ: Некои мои пријатели велат дека е сигурност кога Citi group е сопственик на брендот кој го застапуваш. Јас би рекол дека е обврска. Да објаснам за што станува збор. Повеќе години Citi group е најмоќната финансиска групација во светот, а во нејзина сопственост се повеќе банки, финансиски институции, осигурителни компании и во еден ваков интернационален финансиски систем имате многу малку простор за самостојно "дриблање". Можеби чудно ќе звучи спортската терминологија која ќе ја употребам за да објаснам некои наведени работи, но замислете дека сте дел од светска екипа

која е шампион и од страна на тренерот сте принудени да се придржувате кон определена тактика. Одвреме навреме можете да направите некоја "финта", но ќе ве остават во тимот само доколку таа ви успее. На секој млад човек би му препорачал, доколку е во можност, барем привремено да работи за компании како Diners Club. Тоа е можност да се осознае колку многу е потребно за да се постигне успех, односно за висински успех.



Diners Club Македонија успешно функционира и е во постојан подем во земја во која економските параметри покажуваат рапидна надолна линија. Значи ли тоа дека ливчето кое е пари, но во моментот кога се трошат тоа не се, Вам ви дава можност да постигнете значителни деловни резултати? Ги надминувате границите и барем во овој поглед се придружувате до начинот на кој светот плаќа! Се соочувате со лојална конкуренција или, пак, секому неговото?

ЈАНКОВСКИ: Централата на Diners Club International во Чикаго ги дефинира основните правила за издавање на картичката и за нејзино користење на продажните места на глобално ниво. Сè друго зависи од политиката на секој одделен Diners Club, односно од целната група на која ѝ е наменета картичката и состојбата во таа земја.

Целта на Diners Club Македонија е што повеќе да им го олесни животот на своите членови, да им понуди што повеќе бенефиции и да привлече поголем број луѓе да ги увидат предностите од користењето на "пластиката" како платежно средство. Економската состојба во земјата секако дека е значаен фактор во нашето работење, сигурно и кај нас влијае и бројот на невработените и висината на платите на нашите граѓани. Но, колку и овие податоци да не влеваат оптимизам, ние сепак со постојано иновираниите погодности се обидуваме на нашите членови да им ги олесниме секојдневните економски проблеми, па затоа и нема простор да изразуваме незадоволство од зголемувањето на нивниот број, како и од годишниот пораст на прометот. Напротив.

Кога станува збор за конкуренцијата, ваква или онаква, сметам дека таа секогаш е корисна. Таа поттикнува на патот кон успехот, а Diners Club е компанија која од своите луѓе бара успех и профит. Тие не прашуваат во каква економска ситуација се наоѓа вашата земја. Едноставно, со довербата која ви ја укажале да се најдете на тоа место, од вас очекуваат да ги надминувате проблемите и да носите одлуки кои се профитабилни. А слободно можам да кажам дека досега Diners Club Македонија успешно се бори со овие предизвици. Убеден сум дека така ќе биде и во иднина.



Господине Јанковски, каква е бизнис стратегијата на Diners Club Македонија на долгорочен план, а конкретно за тековната година. Какви кампањи имате предвидено за годинава и како планирате да ги реализирате?

ЈАНКОВСКИ: Нашата долгорочна стратегија е едноставна: секоја година да имате сè повеќе, сè позадоволни членови, кои ќе можат да ја користат Diners Club картичката на сè повеќе продажни места, а при тоа тие да уживаат сè поголеми поволности. За оваа година Diners Club Македонија, како и секоја година, во план има три нови производи и услуги, кои ќе бидат сосема нови за нашиот пазар. Засега тоа нека остане мала деловна тајна.

