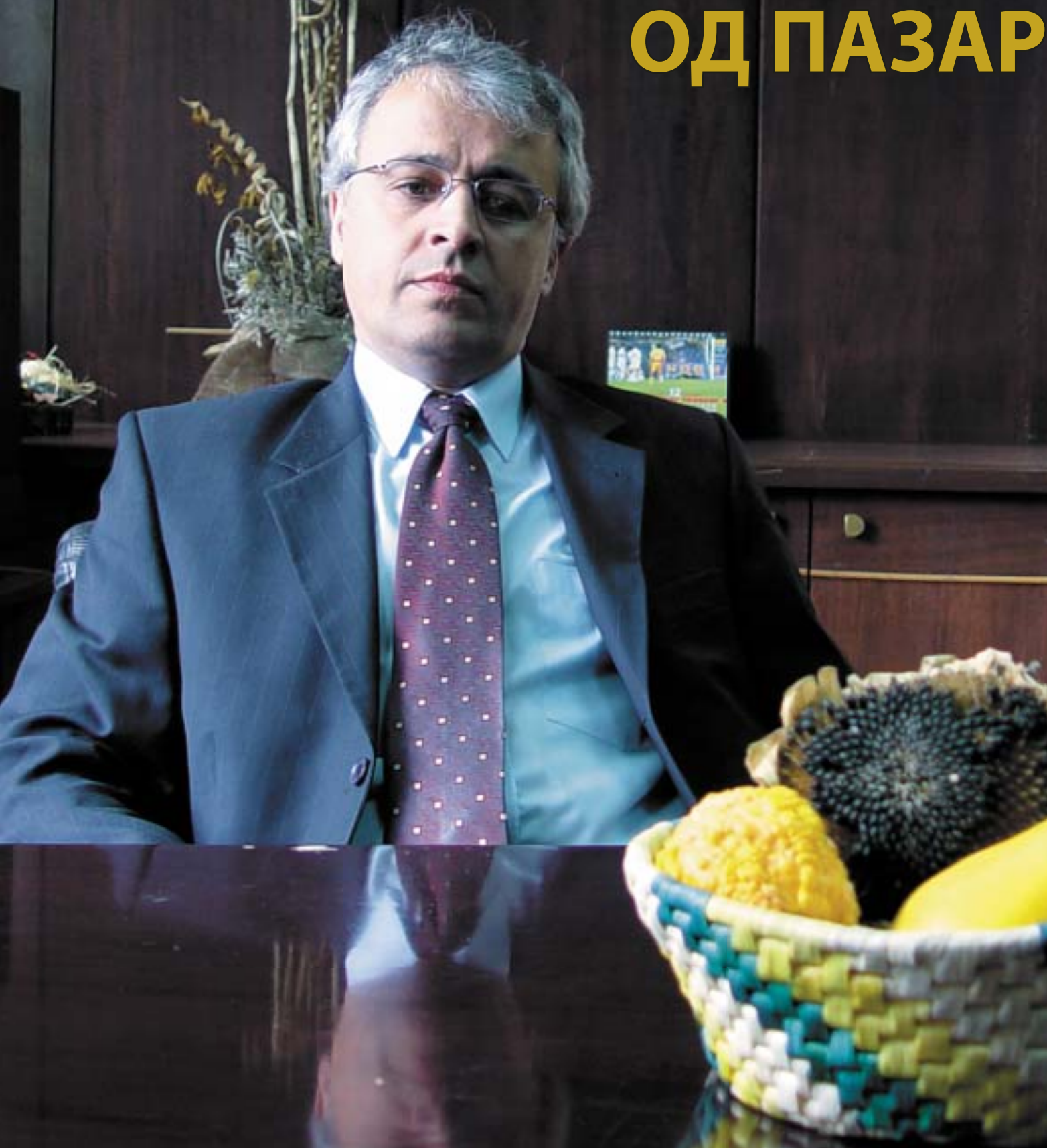


СИТЕ СЕ БОРИМЕ ЗА ОД ПАЗАР



ДА ЗАФАТИМЕ ДЕЛ ОТ

Драган Николов, новиот генерален директор на Табак осигурување доаѓа од АДИНГ АД Скопје, од позицијата помошник на генералниот директор за финансии.

Претходно работел во Комерцијална банка АД Скопје, како и во КПУ Идризово.

Кратко време бил и управител на мешовита грчко-македонска фирма.

По образование е дипломиран економист, со работен стаж од 18 години.

Пред овој млад човек стојат многу предизвици, а најголемиот од нив е да ја направи компанијата Табак осигурување најпрестижна во својата бранша.

Човековата природа е непредвидлива. Никогаш не сме сигурни во очекувањата. Сигурноста е наша потреба, дел од нашата природа и дел од нашето опкружување. Сите ние сакаме да имаме моќ да влијаеме на настаните, да го пресретнеме непредвидливото, велат од оваа компанија. Од дамнини исконското во нас нè водело по патот на еволуцијата, до патот на постмодерното. Според нив, сега ги имаме сложените механизми за совладување на неизвесноста. А тогаш? Тогаш вербата за спасение од злото лежеше во амаџијата. Секој со својата амаџија. Секој со својот тотем. И тежнението да се почувствува натприродното од нив во даден момент, беше исто толку силно, како и култот кон нив. Денес имаме можност да го градиме култот на реалноста врз дневните принципи. Современата амаџија која ја посочуваат од ТАБАК ОСИГУРУВАЊЕ е ПОЛИСАТА ЗА ОСИГУРУВАЊЕ. Нејзината моќ нема временска димензија, поставена е на разум и логика, одговара на потребите и безгрижно ги буди утрата на иднината. Влезете во светот на современата магија, им порачуваат на своите клиенти.

Десетгодишна традиција македонски осигурителен производ.

ТАБАК ОСИГУРУВАЊЕ размислува на долг рок.

Развојот не е конечен, пред сите нас се отвора иднината. Но, таа не е докрај култивирана. Во иднината се кријат истите појави, истите опасности и истите непредвидливости.

Табак осигурување сака да придонесе за сите што повеќе, за што подобро, за што побаво.

Со новата деловна стратегија тие поставија многу амбициозни цели за зголемување на обемот и на квалитетот на осигурителното работење, базирани на сигурност, ликвидност и профитабилност.

Ги применивме европските стандарди во организацијата на работење и приодот кон клиентите. Воведовме нови осигурителни производи и го отворивме пазарот на потврдено и конкурентно осигурување. Уверете се во нашите сигурни бизнис операции, супервизирани од Министерството за финансии на Република Македонија и независните ревизорски куќи, преку периодичните и годишните извештаи, порачуваат од Табак осигурување.

Примената на новата софтверска технологија во осигурителното работење ги осовремени традиционалните комуникации и кореспонденции со почитуваните коминтенти и ги привлече потенцијалните осигуреници кон брзиот, ефективниот и сигурен осигурителен процес продуциран од ТАБАК ОСИГУРУВАЊЕ.

■ Разговорот го водеше: **Рената МАТЕСКА**



Господине Николов, новата кампања на Табак осигурување за осигурување на автомобилите, според која сите сопственици на возила кои ќе склучат полиси со Вашата компанија добиваат бесплатна картичка за бензин во вредност од 500 денари, беше предмет на вонредната седница на акционерите на Националното биро за осигурување, а крена и лавина реакции предизвикана од конкуренцијата...

НИКОЛОВ: Во осигурителниот бизнис за разлика од пред некое време, кога имаше монопол на една доминантна компанија, сега на пазарот на осигурување се наоѓаат осум компании, и ние сите сè повеќе се бориме како да се доближиме до повеќе клиенти. Следејќи ги резултатите на останатите компании, кои имаа започнато одредени маркетиншки кампањи, доделување на станови, доделување секој месец



возило со атрактивен проектиран буџет, а следејќи ги нашите резултати кои се веднаш мерливи и ги добиваме од здруженијата на возачи и автомобилото друштвата, каде што секојдневно се регистрираат возила, дека има опаднат интерес за нашето осигурување, независно што цената и квалитетот се помалку или повеќе слични, решивме и ние да стартуваме со слична кампања.

Со цел соодветен одговор на мерките на конкуренцијата, како кука разгледавме повеќе варијанти, меѓутоа најоперативна и најбрза за реализација беше оваа кампања, затоа што другите бараа време, а се плашевме некој да не ни ја пробие идејата.

Нашата кампања се засноваше на наградување на верноста на нашите клиенти. Сметавме и дека на нашите осигуреници треба да им вратиме дел од остварениот позитивен резултат на компанијата, и тоа токму со доделување на бесплатна картичка за гориво, при секоја издадена полиса на станиците за технички преглед.

Ние го поставивме граѓанинот во фокусот на нашето внимание, сакавме директен контакт со него, и сметавме дека граѓанинот не можете да го добиете на тендер.

Меѓутоа, бевме стопирани од Националното биро за осигурување, еснафско тело кое го регулира осигурувањето од автоодговорност и кое има овластување да презема одредени мерки. Реакцијата беше последица на тоа што нашата акција уште веднаш почна да дава резултати, дури ги надмина и нашите најсмели очекувања. Тие денови во одредени автомобилото друштва имавме и до 90 отсто наши полиси.

Ме прашавте за реакциите на конкуренцијата. Очекувана и нормална е реакцијата, но само доколку е пазарна. Но, конкуренцијата итно свика вонредно Собрание на акционерите на Националното биро, и таму бевме обвинети за рушење на единствената тарифа за овој вид осигурување.

Како прво, вонредно Собрание не се свикнува преку ноќ и второ, тоа беше ставено во улога на арбитер. Како може да очекувате објективност, кога за нашата кампања оценки даваат директно засегнатите. Ако имало различнивидувања за настанатиот проблем, се формира арбитражен совет, каде што се делегираат претставници од едната и од другата осигурителна кука или, пак, од страна на Табак осигурување и од Националното биро, како и евентуално трет арбитер, кој е независен, доколку дојде до прегласување.



Колегите од конкурентските куки сметаа дека Табак осигурување со новата кампања го прекршува Кодексот за работа, поточно дека ја намалуваат договорената тарифа, која се наплатува при осигурувањето. На крај се дојде до заклучок дека повеќето конкурентски компании го правеле истото. Всушност, сите ретерираа и се договоривте во иднина битката за клиентите да ја водите подобрувајќи ги услугите. Дали лекцијата можеби се научи?

НИКОЛОВ: Ако е така, како тогаш да се сфатат акциите кои пред нас ги почнаа Кјуби-Македонија и Вардар осигурување?

Сметам дека на големите системи им претстои фаза на реструктурирање, и ако не се прилагодат нема што да бараат на осигурителниот пазар. Ние испративме сигнал до пазарот дека нема да се задоволеме со постојните односи.

До пред неколку години Кјуби држеше 90 отсто од осигурителното портфолио, а веќе сега е паднат на 40-тина проценти. Тоа укажува на големо намалување и состојбата уште ќе се менува. Сите се бориме да зафатиме дел од пазарот, речиси сите се многу агресивни за да привлечат нови клиенти и ако сакаат задржување на постојните позиции ќе мора да го променат начинот на размислување.

На пазарен предизвик треба да се одговори пазарно, а не со административни мерки. Не може со мајоризација и надгласување да се дели осигурителниот пазар меѓу две или три компании. Ние сакаме тој монопол на одлучување да го растуриме. Значи, не може, еве ќе ви кажам во Националното биро двете најголеми осигурителни компании да имаат по четири делегати, а другите по два.

Сметаме и дека Националното биро за осигурување треба да да се усогласи со Законот за трговски друштва. Доколку не се усогласат, ќе покренеме иницијатива за усогласување на актите на Националното биро со Законот.



Сметате ли дека тогаш работите ќе се променат?

НИКОЛОВ: Секако. Сепак, енергијата треба да се насочи и кон создавање поповолен амбиент за развој на осигурувањето и осигурителната култура кај нас. Освен донесување на новиот Закон за задолжително осигурување од автоодговорност и соодветна тарифа, потребно е да се дадат и одредени даночни олеснувања за осигурувањето.





Сепак, од Националното биро за осигурување не коментираа зошто досега не реагирале иако во тек беа слични маркетиншки промоции на Кјуби, кој на своите клиенти секој месец им подарува по еден автомобил, и на Вардар осигурување, кој за осигурување недвижности на клиентите им подарува стан во Скопје...

НИКОЛОВ: Не одговорија затоа што немаа аргументи за да го одбранат тоа. Затоа на истата седница, и двете куќи што нè обвинија, изјавија дека веднаш ги прекинуваат нивните кампањи кои беа во тек.

Но, нашата кампања траеше само 3 дена, а нивните кампањи траеја подолго време, имаа време да си ги вратат вложените средства. Е, сега во врска со тоа прашање ние покренавме легални процедури за надомест на штета.



Според она што досега Ви се случуваше, како би ја коментирале македонската конкуренција? Дали презентирањето фер плеј од нивна страна претставува само фарса за коректност или навистина на овие балкански простори почнува да функционира западната деловност?

НИКОЛОВ: Иако имаме Закон за антимонополско однесување и Закон за нелојална конкуренција, повторно можете да имате монопол, но овој пат подзатскриен и со мали ком-

пании, кои би служеле за декор и не би влијаеле битно на затекнатите релации на осигурителниот пазар.

Се смета дека една компанија има доминантна положба на граница на монопол ако поседува повеќе од 40 отсто од пазарот во Македонија. Секој монопол се штити и сака да ги конзервира постојните односи. Од друга страна, пак, нивно легитимно право е да се борат на начин како што сметаат, меѓутоа и наше право е да се избориме за место под сонцето. Веќе подготвуваме стратегија во договор со други помали осигурителни компании, да се спротивставиме на тој монопол, да се делегитимира монополот и на еднакви основи да се бориме на пазарот... Нема друго.



Во јавноста, особено меѓу новинарите, се слушнаа многу шпекулации околу фирмите заинтересирани за влез во Вашата компанија. Според некои медиуми, произлезе информацијата дека Вие официјално сте потврдиле дека компанијата веќе преговара со осигурителна компанија од Велика Британија, која била сериозно заинтересирана да ја купи. За што конкретно станува збор?

НИКОЛОВ: Станува збор за шпекулација. Според мои информации, досега ниеднаш не станало збор за компанија од Велика Британија, а имало други.



Господине Николов, ќе ни откриете ли нешто повеќе... Кој сè се интересираше за Вашата компанија?

НИКОЛОВ: За тоа прашање се задолжени акционерите на Табак осигурување, бидејќи тие решаваат дали ќе ги продаваат акциите и кому.



Можете ли да ни посочите некое име?

НИКОЛОВ: Па, добро, има и физички и правни лица.



Како поконкретно ќе ни ја претставите Табак осигурување? Кои се Вашите предности и колку сте во тек со светските случувања во областа на работењето на осигурителните компании?



НИКОЛОВ: Ние, како што претходно нагласив, сме во фаза на консолидација на фирмата. Имавме одредени проблеми коишто требаше да ги апсолвираме, за да се посветиме повеќе на пазарот. Со ова имплицирам дека можеби и не сме биле доволно агресивни и присутни на пазарот, влегуваме во една фаза на консолидација и конечно треба да се свртиме кон осигурителниот пазар.

Дали нешто посебно нè издвојува? Секоја компанија има и добри и лоши страни. Битно е дека треба да се труди да ги согледува и да врши корекција на лошите страни. Нашата предност е во нашата флексибилност, можеме да реагираме побрзо отколку еден гломазен систем.

Не е доволно само да го освоите пазарот, туку треба и да го задржите.

Значи, во тој дел планираме да направиме една синергија меѓу нашето работење и барањата на клиентите, почнувајќи од водењето кампањи па сè до решавањето на евентуалните штети во крајна инстанца.

 Но, според реалните состојби, интересот за Вашата осигурителна компанија се зголеми откако станавте

осигурителна кука на најголемата компанија во земјава - на Електростопанство на Македонија...

НИКОЛОВ: Ова прашање покренува сè уште голем интерес во јавноста и има многу информации и дезинформации, намерни и ненамерни. Меѓутоа, во медиумите никој не го постави клучното прашање, а тоа е прашањето по која цена е добиено Електростопанство од страна на Табак осигурување и колкави биле цените на осигурување претходните години. Тоа е клучното прашање, меѓутоа некој намерно го сврте дека тогашната политика просудила Табак осигурување да го земе осигурувањето на ЕСМ со политичко лобирање.

Потоа, видно дека тука треба да се покрие тоа прашање, кое остана neodговорено, се нафрлија дали ние имаме реосигурување, и дека ние како помала компанија не можеме да носиме толкав гигант во осигурување.



Велите дека компанијата ќе ги употреби сите домашни и странски правни механизми за да ги заштити интересите на македонските граѓани - Ваши клиенти, кои се одлучиле да купат полиса и да станат дел од големото семејство на клиенти на компанијата...

НИКОЛОВ: Во еден дел одговорив во второто прашање каде што рековме дека ќе покренеме легални мерки и постапки за надомест на штета, но не само за надомест на штета, туку и заради добивање релевантна судска одлука, која ќе ни одговори што натаму со идните кампањи.

Од друга страна, Европската унија веќе дава техничка помош за усогласување наработењето на осигурителните компании со меѓународните стандарди. Бараме помош и од меѓународната заедница, да ги имплементира меѓународните стандарди за осигурување, меѓународните правила за фер плеј однесување и борба на пазарот. Без тоа не можеме.



Какви се предизвиците кои ги нуди осигурителниот бизнис? Всушност, со какви сè осигурувања располагаате, односно што е тоа што го нудите, а го немаат Вашите конкуренти? Дали граѓаните на Република Македонија имаат развиено чувство за осигурување, како што тоа е практика во развиените држави каде што практично се осигурува сè?

НИКОЛОВ: Јас би ги поделил клиентите на два дела: граѓани и корпорации. Она што е интересно за граѓаните е тоа што има одреден број осигурувања, од кои некои се поразвиени, а некои се во развој. Ќе почнам од граѓаните. Значи, предмалку кажав дека најразвиено е осигурувањето од автоодговорност, но не случајно, затоа што е задолжително. Во другиот дел, водејќи сметка дека стандардот ни опаѓа, дека нашиот народ има менталитет дека она што не мора да го плати и нема да го плати, другите осигурувања не се толку развиени и сега се прави исчекор во развивање на имотното осигурување и осигурувањето од незгода.

Во последно време во пораст е патничкото осигурување, но и тоа заради задолжителниот карактер, затоа што без него не можете да патувате во странство, односно не можете да извадите виза.

Имотното осигурување сега бележи пораст, како резултат на неодамнешните пожари кои се случија во Скопје.

Во делот на корпоративните осигурувања доминира осигурувањето на имот од крш, од пожар, од поплави, каско осигурување на возилата на компаниите, осигурување на објекти во градба.



Во корпоративното осигурување досега бележевме стагнација, како резултат на падот на општествениот производ и трансформацијата на претпријатијата.

Дел од компаниите беа во стечај, и за тоа време тие не го осигуруваа имотот.

Но, со пораст на инвестициите во Македонија, очекуваме пораст и на овој вид осигурување.



Според Вашата деловна стратегија поставивте многу амбициозни цели за зголемување на обемот и квалитетот на осигурителното работење, базирани на сигурност, ликвидност и профитабилност. Ги примените европските стандарди во организацијата на работење и приодот кон клиентите. Кои се идните бизнис планови на Табак осигурување, со коишто ќе ги изненадите клиентите?

НИКОЛОВ: Бизнис стратегиите се неопходни за да стигнете до целта што сте си ја поставиле. Наша основна цел е развивање на нови осигурителни продукти, димензионирање на соодветни цени на осигурувањето и квалитетен сервис. За остварување на тие цели имаме подготвено соодветни планови и стратегии, но во овој момент не би зборувал за детали.

