

Цветанка Крумова, изпълнителен директор

БРОЯТ НА КЛИЕНТИТЕ НИ Е НАЙ-ДОБРИЯТ ИЗМЕРИТЕЛ ЗА КАЧЕСТВО



ЗАСТРАХОВАТЕЛНА И
ПРЕЗАСТРАХОВАТЕЛНА КОМПАНИЯ
Армеец Ад



Времето на голямото напрежение около приемането на Кодекса за застраховане отмина, той бе приет от Народното събрание и вече действа като основен закон за вас, застрахователите. Най-много спорове и различни позиции предизвикваше частта от кодекса, която се отнасяше за минималните рискови премии на задължителната застраховка „Гражданска отговорност“. В края на краищата ограничението бе премахнато и пазарът се либерализира. Какви са вашите наблюдения за случващото се на този пазар - допринесе ли това ограничение за развитието му и за увеличаване обхвата на застраховката, което е едно от основните изисквания на Европейската комисия?

- Като цяло приемането на разпоредбите на Кодекса за застраховане и либерализацията на застрахователните премии бяха очаквани и положителни стъпки към хармонизацията на страната ни с европейските норми. Мое лично мнение е, че кодификацията на правната материя в застраховането не беше наложителна, а по-целесъобразен вариант беше приемането на няколко специални закона в тази област. Отпадането на минималните рискови премии по задължителната застраховка „Гражданска отговорност“ не беше спорно, а е логична стъпка в развитието на пазара. Проблем в изминалата кампания беше, че действието се разви много късно в края на годината и липсваше единна позиция по този въпрос до последния момент. Не считам за положително явление намаляването на цените до неразумни нива под 100 лв., но не бива да отпадането на минималните рискови премии. Основен фактор за дъмпингово поведение беше широко популяризираната теза, че с либерализацията на цените задължително трябва да паднат. Едва след приключването на регистрацията на автомобилите и сравне-

ние на данните по различните приложения в света методологии за измерване на обхвата ще имаме реална представа за обхвата по застраховката. Моите очаквания са, че ще се окаже, че застрахователите са обхванали максималния възможен процент от движещите се по пътищата автомобили. Проучванията сочат, че има определена част от гражданите, които не се застраховат по принцип и този процент не надвишава 5%. На тази база предвижданията ми са, че обхватът по застраховката реално е достигнал своя максимум и на практика сме изпълнили изискванията на ЕС.

- А как повлия либерализирането на „Гражданска отговорност“ на работата по нейното сключване във вашето дружество? Ако не е тайна - какви данни представихте на Комисията за финансов надзор и за какво говорят те? Впрочем някои ваши колеги роптаеха, че трябва да подават такива данни в комисията два пъти седмично, какво мислите вие за това?

- Доволна съм, че в „Армеец“ не се поддадохме на всеобщото напрежение и запазиме името си на сериозна компания, която не прави бизнес на всяка цена. Ръстът в премийния ни приход по „Гражданска отговорност“ спрямо предходната година е 35 %, което според мен ще бъде

сравнимо или по-високо от ръста на пазара като цяло. За последните пет години ръстът на целия пазар по тази застраховка не надвишава 33 процента.

Трудно е да се познае какъв е резултатът на пазара като цяло за 2005 г., тъй като една част от застраховките бяха сключвани на висока цена, а в края на годината кампанията беше проведена на много ниски нива. Вярвам, че сме изпълнили целта си и като ръст и пазарен дял. За нас е много ценно това, че запазиме голяма част от клиентите си, които се довериха на сигурността и стабилността въпреки изкушението на ниските цени. Ние нямаме притеснения или оплаквания по отношение на справките, които дължим на КФН. Положихме усилия да бъдем коректни и точни, за да улесним надзорната институция. Добре би било в ответ КФН да публикува обобщените данни за целия пазар в един кратък срок, което би подпомогнало нашите анализи и правилното прогнозиране на дейността ни.

- Обикновено като става дума за застрахователната култура, се има предвид културата на гражданите, на клиентите, а се подминава въпросът за застрахователната култура на застрахователя в отношението му към другите негови колеги на пазара и с клиентите. Какви трябва да са според

вас взаимоотношенията между застрахователите особено сега, в подготвителния период за приемането на България в Европейския съюз? И изобщо на застрахователния пазар?

- Под застрахователна култура се има предвид информираност, а не възпитание и морал. Информацията ни дава свобода на избор в поведението ни. В застраховането свободата на избор както за застрахования, така и за застрахователя има за основа няколко информационни потока: от една страна, застрахователят дължи на клиентите си информация за продуктите си не само в маркетингов аспект, но и конкретна предоговорна информация, която не случайно е акцент и на законодателните промени. Застрахователят също така дължи информация на надзорния орган, който от своя страна следва да дава публичност на статуса на застрахователните компании и пазара като цяло. От друга страна, самите клиенти дължат определена информация на застрахователя преди сключването на договора, който има правото на избор дали да приеме дадения риск за застраховане или не и при какви условия. Дру-

гият ви въпрос касае корпоративната култура на една организация, стила на поведение в бизнес взаи-

моотношенията с клиенти, конкуренти и партньори. Това представляват несложни модели на поведение и процедури, които сме задължени да налагаме, ако искаме да разчитаме на успех в бизнеса си.

- И сега да минем на въпроси, отнасящи се конкретно до дейността и състоянието на

ЗАД „Армеец“. Официалната информация, която публикува и в „Застраховател“ потвърждава, че ЗАД „Армеец“ продължава да е най-динамично развиващото се застрахователно дружество и вече надхвърля 5% пазарен дял, което е постигнатата ваша цел за 2005 година. Бихте ли се спрели и на други показатели, допринесли за високия ръст на развитие и през миналата година? И да ги коментирате?

- Мисля, че основният показател за високия ръст на компанията е нейният персонал. В „Армеец“ работят около 270 служители, средната възраст е около 33 години. Броят на напусналите през миналата година е незначителен. Добрата политика по отношение на персонала при точно дефиниране на компетенциите и съответните отговорности са според мен най-важната предпоставка за динамичното развитие на компанията.

- Когато говорехме в предишното интервю с вас за автомобилното застраховане, което е водещо не само в дружеството, но и на застрахователния пазар, вие споделихте, че ръстът по този

вид застраховане ви радва, макар че в същото време относителният му дял в портфейла на дружеството спада. Това е според вас положителна тенденция, тъй като се дължи на увеличението на дела на други класове застраховки. На кои най-вече, г-жа Крумова? И бихте ли казали само няколко думи за застраховката „Защитен дом“, която получи първа награда в Пловдив и която ние ще представим във в. „Застраховател“. Възползвам се още веднъж да ви честитя това високо отличие.

- Благодаря, господин Андасаров! В застраховането от сто години няма нищо уникално. Основното предимство на продукта ни е в ясно формулираните условия, доброто покритие не само поради добрите финансови резултати и разумна подписваческа политика на компанията, а също така и на отличната пре-застрахователна програма. Такава е политиката ни по всички видове застраховки. В края на краищата броят на клиентите ни е най-добрият измерител за качество.

- Ще има ли още изненади и през тази година в дейността на дружеството, в продуктовете ви политика например?

- През тази година „Армеец“ навършва 10 години. Това е период достатъчно дълъг за една компания, за да си извоюва място на пазара, но недостатъчен, за да разкрие целия си потенциал. Изненади за нашите клиенти не може да има, те очакват от нас само най-доброто и ние сме в състояние да им го дадем.

В „Армеец“ имаме идеи, амбиции и възможности, а това, комбинирано с добре подбраните човешки ресурси и една благоприятна икономическа среда, е алгоритъмът на успеха.

Въпросите за г-жа ПЕТЪР АНДАСАРОВ

софсправка[®]
национална информационна система

0 900 12 900

За абонати на БТК - (0.96лв/мин.)



12 900
(0.96лв/мин.)



www.sofspravka.com



**РАДИО
ВЕСЕЛИНА**

www.radioveselina.bg
www.veselina.tv

