

Martin Kampik: Želim da naša kompanija funkcionira kao dobar švicarski sat – jednostavno pouzdano i jednostavno sigurno.



ANTO MAGZAN/PIXSELL

da pacijente prevezu iz Zagreba u Rijeku i obratno za ovakve manje zahvate. Ono što želim istaknuti – naša polica nije rezervirana za 'boga- te i lijepe', srednja klasa može si je priuštiti. Za njih je optimalno da plate osiguranje jer će 'lijepi i bogati' ionako platiti bilo koju uslugu.

• Kad ćete u potpunosti ujediniti poslovanje triju osiguranja iz grupe? Hoće li biti otpuštanja?

– Formalno pripajanje koje je već neko vrijeme u tijeku završit će u prvom kvartalu ove godine. Završetak procesa omogućava nam da eliminiramo dvostruke funkcije, snizimo fiksne administrativne troškove i napravimo jedinstvenu strukturu. Od 80 do 100 zaposlenika ponudit ćemo da prijeđu na nove funkcije u prodaju, što će nam omogućiti da smanjimo trošak podrške. Na kraju ćemo imati oko 750 zaposlenika, 350 u prodaji, a ostalo će biti podrška.

• Kako vidite razvoj zdravstvenog osiguranja u Hrvatskoj, osobito imajući u vidu gospodarsko usporavanje, pad zaposlenosti i plaća?

– U budućnosti ima mjesta za rast potražnje; problemi javnog zdravstva zahtijevat će prelazak u privatno, očekujemo tendenciju prelaska u privatni sektor. Drugo, očekujem veliku potrebu rasta životnog osiguranja jer je nemoguće pokriti standard življenja u stari-

Sustav

O kvaliteti javnog zdravstva u Hrvatskoj: Nema osobnog iskustva, no postoji diskrepancija između onoga što trebate, onoga što je osigurano i onoga što se događa u praksi. Da javni sustav funkcionira u skladu s potrebama osiguranika, ne bi bilo potrebe za privatnim institucijama.

joj dobi. Srednjoročno i dugoročno još se može dostići velik potencijal jer postoji veliki prostor u penetraciji između Hrvatske i zemalja EU. Svakako će biti rasta; kreditni bum je gotov, teško je potrošiti novac za ono što nije važno. No, osiguranje je važno, u toj je kategoriji, i ključan je aspekt sigurnosti.

• Koliko zdravstveni sustav radi na prevenciji koja štedi novac?

– I mi imamo neke module prevencije u programu, od tjelovježbe, samostalno ili pod nadzorom, fitnessa, programa za nošenje sa stresom, što je za mnoge ljude iznimno važno. Važnost prevencije raste i štedi novac, jednako kao i prava dijagnoza na vrijeme, osobito imajući u vidu troškove liječenja nakon kasnijeg utvrđivanja bolesti. Male se stvari mogu ponuditi s velikim učinkom, što povećava sigurnost.

• Koji vam problemi najteže padaju u poslovanju?

– Mogao bih se žaliti na preregulaciju, poreze, navike plaćanja, neosigurana vozila, ali radije bih se koncentrirao na ono čime možemo poboljšati poslovanje i uslugu. Želim da naša kompanija funkcionira kao dobar švicarski sat – jednostavno pouzdano i jednostavno sigurno.

Rast

Imamo mogućnosti rasta i sigurno ćemo obraniti sadašnju tržišnu poziciju. Velik je broj ljudi koji traže ovu vrstu dodatne, vrhunske zdravstvene usluge koju nudimo, a koju su spremni platiti. Za nas je to dovoljan razlog za ostanak u poslu.

Gojko Drljača

Urednik gospodarstva u Večernjem listu



iPad nas je gurnuo u budućnost prije nego što smo za nju spremni

Nakon što je Apple predstavio iPad mnogi kolumnisti koji se bave gadgetima zaključili su da Steve Jobs četvrti put u povijesti pokušava na pravi način spojiti nove, već postojeće tehnološke mogućnosti u pristojan, upotrebljiv proizvod bez previše bugova. Macintosh nije bio originalan izum, nego kvalitetan spoj već viđenih rješenja. Isto vrijedi za iPod, iPhone, pa i iPad. Međutim, svi ti proizvodi spojem praktičnosti i Jobsova marketinga postali su svojevrsni simboli, prekretnice u u pojedinim industrijama. Takva budućnost vjerojatno čeka i iPad. iPad je niz ideja! A taj niz ideja o mogućnostima koje će otvoriti iPad istodobno uzbuduje i plaši.

iPad ili slični konkurentski proizvod držat ćemo na stolu dok kod kuće doručujemo ili pijemo kavu u kafiću, a ima format sličan dnevnim novinama. Što će mi nakon toga prljavi novinski papir kao nosač informacija? Hoćemo li i dalje kupovati novine? Nije li elegantnije i štedljivije uzeti online pretplatu? Hoće li vlasnici boljih kafića, frizerskih salona ili avio prijevoznika i dalje kupovati novine ili će se opskrbiti s tri-četiri iPada te nekoliko pretplata na nove vrste atraktivnih sadržaja? Što ubuduće očekivati od pretplate na online sadržaje? Hoće li nas kao konzumente raznih ozbiljnih i zabavnih sadržaja u budućnosti, kad uz sebe budemo znatan dio vremena (za stolom, u krevetu, na putu, u uredu...) imali iPad ili sličan proizvod, zadovoljavati postojeći formati prezentacije informacija koje nude dnevne novine, magazini, portali, TV ili radio? Neće!

U prvoj fazi sami ćemo brodi- ti kroz nove, polako prilagođiva- ne postojeće formate na iPad- ovu ekranu, ali ćemo vrlo brzo očekivati nove, integrirane siner- gijske pristupe postojećih ili no- vih kuća koje žive od produk- cije sadržaja. Nešto su novinski nakladnici u Hrvatskoj već po- čeli raditi na planu sinerzijskog pristupa, ali nitko još nije dale- ko otkakao. Sada će svi morati žuriti. Zašto? Zbog stvaranja no- vih integriranih formata (tekstu- alnih, slikovnih, video, audio i ineteraktivnost u jednom pake- tu) za iPдове ili slične proizvo- de nužno će doći do nekih no- vih saveza televizija s tiskanim medijima ili će u svemu pobi- jediti neke nove kompanije. TV kuće već bi sutra trebale sjesti za stol s predstavnicima najjačih ti- skanih medija i početi pregovo- re o zajedničkoj budućnosti, ali je možda naivno očekivati spaja-

Ratka Jurković

Svan Consulting



Fleksigurnost je uz birokraciju kao vožnja Porschea po poljskom putu

Već se neko vrijeme u Hrvatskoj sve više govori o pojmu fleksigurnosti. Ta izvedenica koja označava gotovo nemoguću kombinaciju fleksibilnosti zapošljavanja i otpuštanja u promjenjivim gospodarskim prilikama te sigurnosti pronalaženja novih poslova za zaposlenike u Danskoj se pokazala vrlo uspješnom. Iako je ta zemlja 80-ih godina bila sinonim loših politika zapošljavanja i visoke strukturne nezaposlenosti, program fleksigurnosti u samo pet godina smanjio je nezaposlenost za 50 %. Sva- ke godine u Danskoj se ugasi i ponovno stvori 250.000 radnih mjesta. Fleksigurnost u toj zemlji počiva na tzv. "zlatnom trokutu" koji uključuje fleksibilnost na tržištu rada, socijalnu sigurnost za zaposlenike (osoba koja izgubi posao prima 90

% od posljednje plaće te druge oblike pomoći) te aktivnu politiku zapošljavanja (programi prekvalifikacije su diverzificirani i prilagođeni potrebama tržišta, sankcije za one koji zlopotrebljavaju svoj status nezaposlene osobe su drastične, ljudi se, da bi dobivali naknadu za nezaposlene, moraju aktivno uključiti u traženje novog posla i/ili programe prekvalifikacije.) Zašto onda tako nešto ne bismo primijenili i u Hrvatskoj? Fleksigurnost prije svega zahtijeva promjenu razmišljanja poslodavaca i zaposlenika, ali i cijelog sustava. Za poslodavce ona ne znači samo fleksibilnost otpuštanja nego i fleksibilnost poslovne prilagodbe promjenama na tržištu. Finska Nokia je, primjerice, u svojoj povijesti proizvodila gumu, drvne proizvode i kabele, dok

nja dvaju vrlo odvojenih svjetova iako će i oni jači (televizije) shvatiti da će se njihovi sadržaji ubrzo koristiti na drugačiji način. Na ekranu iPada ili nekog sličnog konkurentskog proizvoda u skoroj budućnosti gutat ćemo informacije tako što ćemo selekcionirati najatraktivnije integrirane video, tekstualne, slikovne ili audiomaterijale u do sada nevidenim prezentacijskim formama i s novim bogatstvom linkova. Za mlade generacije čak i klasični TV postat će preuzak, prespor i neatraktivan medijski kanal. Stari zanati tiskanog, radijskog, TV ili internetskog novinarstva stoga će biti spojeni u jednu novu vještinu, a čiji su se obrisi već polako počeli nazirati na nekim od moćnih svjetskih news portala. Nužno će se stoga mijenjati i načini prodaje sadržaja kao i načini njegove komercijalizacije. Mijenjat će se, naravno, i modeli partnerstva između medija, telekomunikacijskih kuća i svih kompanija koje žele prodati svoju uslugu ili proizvod tj. dosadašnjih oglašivača bez obzira na to postoji li trenutna volja za takve saveze.

Platforme sa sadržajem koji privlači lakše će se pretvarati ne samo u novu oglasnu platformu s dosegima koji će se mjeriti bitno drugačije nego danas, nego i u pravu produženu ruku malo- prodaje svega od financijskih proizvoda do stolica. U tom novom svijetu tek treba vidjeti gdje će nas odnijeti tjeke misli digitalnih hordi i sve raznolikijim i utjecajnijim oblicima socijalnih mreža. Isto tako, potpuno je nepredvidiv daljnji smjer razvoja interaktivnosti na novim formatima za isporuku sadržaja, pa su tako podjednako nepoznati i modeli i potencijali komercijalizacije interaktivnosti.

nije postala jedan od globalnih lidera u informatičkoj tehnologiji. Paradigma fleksigurnosti u oprečnosti je s razmišljanjima o jednom poslu do mirovine, sigurnoj plaći, obrazovanju koje završava sa završetkom školovanja te čekanju mirovine na burzi uz neki poslić na crno. Fleksigurnost zahtijeva i gospodarski okvir koji će je pratiti. U situaciji rigidne birokracije, nedostatka obrazovane radne snage, neprilagođenosti obrazovanja potrebama gospodarstva, nepostojanja strategije gospodarskog razvoja i gospodarske klime zbog korupcije i nepotizma fleksigurnost nalikuje vožnji Porschea po poljskom putu. U Danskoj je fleksigurnost provedena uz tradicionalno dobar i kontinuiran dijalog vlade i sindikata, ali i osmišljenu ekonomsku politiku temeljenu na promicanju konkurentnosti, cjeloživotnom obrazovanju, aktivnoj politici zapošljavanja i visokim, perezno financiranim naknadama za nezaposlene. Na taj način gubitak posao ne donosi užas dugotrajnog čekanja na burzi uz minimalnu naknadu ili bez nje, nego brzu prekvalifikaciju za obrazovanje potrebno gospodarstvu uz naknadu koja omogućuje pristojan život, ali i obvezuje na aktivnu potragu za poslom u privredi u kojoj posla ima.