

ΤΕΥΧΟΣ 10 ΜΑΡΤΙΟΣ - ΑΠΡΙΛΙΟΣ 1991 ΔΡΧ. 700

ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΟ

# ΝΑΙ

ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗ



ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ - ΠΟΛΗΤΕΣ FINANCIAL SERVICES

# ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΔΙΑΚΡΙΝΟΝΤΑΙ ΣΕ ΚΑΛΟΥΣ ΚΑΛΥΤΕΡΟΥΣ INTERAMERICAN

Γιατί η INTERAMERICAN επιλέγει με τα πιο αυστηρά επαγγελματικά κριτήρια τους συνεργάτες της και αντιμετωπίζει με ιδιαίτερη σοβαρότητα την εκπαίδευσή τους.

Επενδύει συστηματικά στην επιμόρφωση των Ασφαλιστών της σε κάθε τομέα και ιδιαίτερα σε θέματα «Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών», που αποτελούν το μέλλον του σημερινού Ασφαλιστή, εφαρμόζοντας τα πιο σύγχρονα και αποτελεσματικά εκπαιδευτικά συστήματα.

Παρακολουθεί άγρυπνα τις διεθνείς εξελίξεις στον Ασφαλιστικό χώρο και βρίσκεται πάντα στην πρωτοπορία, αξιοποιώντας με τον ιδανικότερο τρόπο τη διεθνή της εμπειρία και know how στον ευρύτερο Χρηματοοικονομικό τομέα.

Να γιατί η INTERAMERICAN είναι Ασυναγώνιστη και στους Ανθρώπους της.

Να γιατί ο Ασφαλιστής της INTERAMERICAN δεν είναι απλά ο καλύτερος ασφαλιστής της αγοράς. Είναι ο Προσωπικός Οικονομικός σας Σύμβουλος. Ο άνθρωπος που βρίσκεται συνεχώς δίπλα σας, για να σας συμβουλευτεί σωστά, γρήγορα και υπεύθυνα.

Είναι ο INTERAMERICAN Ασφαλιστής σας.



**INTERAMERICAN**  
Μεγάλη και Σίγουρη!

## ΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΤΟ ΝΑΙ



### Το ΝΑΙ βοηθάει τους νέους ασφαλιστές!

24/4/91  
Από: Γραφείο Ζωής Γ. Καραμούζη  
Προς: Περιοδικό Ασφαλιστικό ΝΑΙ  
Κο Ευάγ. Σπύρου

Κύριε Σπύρου,  
«...θέλω να σας εκφράσω τα θερμά μου συγχαρητήρια για το περιοδικό σας το οποίο με την ύλη του συμβάλει στην αναβάθμιση του ασφαλιστικού κλάδου.  
Βοηθάει δε τους νέους ασφαλιστές να διαμορφώσουν μια σωστή επαγγελματική και ανθρώπινη παρουσία στο χώρο μας.  
Σας εύχομαι να συνεχίσετε με το ίδιο μεράκι και να είστε σίγουροι πως προσφέρετε πολλά στο θεσμό των ασφαλειών γενικότερα.

Με εκτίμηση  
Γιάννης Κ. Καραμούζης  
«ΕΘΝΙΚΗ» Προϊστάμενος  
Γραφείου Ζωής Περιστερίου  
Τηλ.: 5755041-5753623

25/4/91  
Κύριον  
Ευάγγελο Γ. Σπύρου  
Όθωνος 6  
105 57 ΑΘΗΝΑ

Αξιότιμε κύριε Σπύρου,

Ως εκπρόσωποι της παγκόσμιας Εσπεραντικής Κίνησης στην Ελλάδα, σας ευχαριστούμε θερμά για τη δημοσίευσή του

πληροφοριακού για την Esperanto άρθρου «Τι είναι η διεθνής γλώσσα Esperanto» που φιλοξενήσατε στο τεύχος Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου '91 του περιοδικού σας «ΝΑΙ».

Η δημοσίευση θεμάτων γενικότερου και μάλιστα πολιτιστικού ενδιαφέροντος σε ένα επαγγελματικό έντυπο, όπως είναι το δικό σας καλαίσθητο περιοδικό, σας τιμωρεί θερμά για τη δημοσίευσή του πληροφοριακού για την Esperanto άρθρου «Τι είναι η διεθνής γλώσσα Esperanto» που φιλοξενήσατε στο τεύχος Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου '91 του περιοδικού σας «ΝΑΙ».

Η δημοσίευση θεμάτων γενικότερου και μάλιστα πολιτιστικού ενδιαφέροντος σε ένα επαγγελματικό έντυπο, όπως είναι το δικό σας καλαίσθητο περιοδικό, σας τιμωρεί ως εκδότη, που ανταποκρίνεται πράγματι στα ποικίλα ενδιαφέροντα ενός κλάδου σύγχρονων και ιδιαίτερα καλλιεργημένων επαγγελματιών.

Σας παρακαλούμε να δεχθείτε τα συγχαρητήριά μας και τις καλύτερες ευχές μας για την επιτυχία των σκοπών μας.

Με τιμή  
**ΓΙΑ ΤΟ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ**  
Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ Ο ΓΕΝ. ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ  
Κων. Κυριάκος Κων. Ζαχαράκης

### Εποικοδομητική προσπάθεια

Αγαπητέ κύριε Σπύρου

Θα ήθελα να σας συγχαρώ για το εξαιρετικό περιοδικό σας και να σας τονίσω ότι είναι πλήρως ενημερωτικό και ενδιαφέρον.

Βρίσκει ενδιαφέρουσα και εποικοδομητική την προσπάθεια που καταβάλλεται για την εδραίωση του θεσμού των ασφαλειών στη χώρα μας και την ενημέρωση του επαγγελματία ασφαλιστή συμμετέχοντας κι εσείς στην τοποθέτηση του θεσμού της ασφαλιστικής ιδέας στο βάθρο που της αξίζει.

Θα ήθελα να εγγραφώ συνδρομητής στο περιοδικό σας γιατί ο χώρος των ασφαλειών μ' ενδιαφέρει.

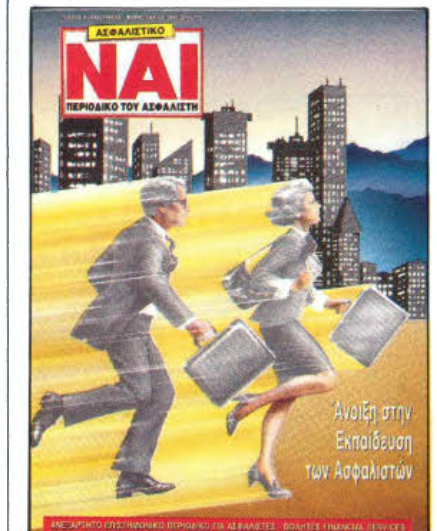
Ευχαριστώ  
Μ. Ανδρεαδάκη  
Ασφαλίστρια  
Χανιά Κρήτης

### Ειδικά της επαρχίας

Αγαπητέ κ. Σπύρου.

Έστω και ετεροχρονισμένα σας εύχομαι χρόνια πολλά και δημιουργικό το 1991. Επίσης θα ήθελα να σας συγχαρώ για τις προσπάθειες που καταβάλατε για την συνεχή βελτίωση του περιοδικού σας, που είναι τόσο χρήσιμο για μας τους ασφαλιστές και ειδικά της επαρχίας.

Με φιλικούς χαιρετισμούς  
Παπατζίκας Γεώργιος  
Ασφαλιστής



6/4/91  
Φίλε Βαγγελή

Συγκλονιστικό το περιεχόμενο του 9ου τεύχους του ΝΑΙ.  
Χαίρομαι που τα διαβάζω και μαθαίνω.

Οικονομολόγος  
Χρήστος Γ. Καραγιαννίδης  
ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ  
R. Sc. (Ec.) I.Q.A. F.L.M.I.

**Γράμματα & Επιταγές**  
**κ. Ευάγγελο Γ. Σπύρου**  
**Όθωνος 6, Αθήνα 105 57**  
**Τηλ.: 3229973 - Fax: 3221525**  
**Αριθ. λογαριασ. «ΕΘΝΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΑ»**  
**51342181/104**

## ΕΡΕΥΝΑ: ΕΛΛΑΔΑ-ΚΥΠΡΟΣ 1990



Διερευνώντας τη γνώμη του κοινού στην Ελλάδα και την Κύπρο για την αγορά ασφάλειας ζωής, το image του κλάδου, την επιλογή εταιρίας και τις σχέσεις ασφαλιστή και πελάτη. Τι βαθμούς δίνουν οι Έλληνες και Κύπριοι στον ασφαλιστικό κλάδο; Πώς βλέπουν τους ασφαλιστές;

**20**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ



### ΑΝΘΡΩΠΟΙ & ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Η είσοδος και εντυπωσιακή ανάπτυξη της Ν/Ν στην Ελλάδα. Συνέντευξη του γεν. διευθυντή της Ν/Ν Π. Καραλή στον Ε. Σπύρου.

**8**



### ΜΕ ΟΔΗΓΟ ΤΗΝ LIMRA

Ταξίδι στις διεθνείς τάσεις και εξελίξεις των ασφαλειών. Παρουσίαση και ανταποκρίσεις από τον Ν. Πάππα.

**18**



### ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ: ΣΑΝ ΓΥΝΑΙΚΑ ΠΡΟΣ ΓΥΝΑΙΚΑ...

Ένα κείμενο αφιερωμένο στους άντρες από την ψυχολόγο Σ. Παντελή.

**32**



### ΑΚΑΔΗΜΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ

Συνέντευξη του καθηγητή Μ. ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΥ για την ίδρυση Ακαδημίας ασφαλιστικών σπουδών

**34**



### ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΧΡΗΜΑΤΑΓΟΡΕΣ & ΚΕΦΑΛΑΙΑΓΟΡΕΣ

Μια ενδιαφέρουσα ανάλυση για ασφαλιστές που πουλούν αμοιβαία κεφάλαια. Επιμελείται ο Κ. Χριστόπουλος.

**72**



### ΜΙΑ ΑΛΛΗ ΠΛΕΥΡΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΛΟΓΙΚΟΥ ΖΗΤΗΜΑΤΟΣ

Οι ασφαλιστές δεν πρέπει να είναι αδιάφοροι σε μεγάλα θέματα που απασχολούν τον άνθρωπο.

**92**

**7** Γράμμα του Εκδότη

**14** Η Εικόνα σας και η σημασία της

**30** Η μελαγχολία των νέων ασφαλιστών

**38** Asfinance?

**46** Συντάξεις ΤΕΒΕ

**48** Ποιοτική παραγωγή

**53** Ρεκόρ

**60** Βραβεύσεις

**68** Αφοσίωση στην ποιότητα

**70** Service

**84** Δεν είμαστε λεμόνια στιμμένα

**86** Ασφαλιστικές ειδήσεις

**90** Πρόσωπα

**96** Εξέυρεση πελατών

# Και στις φουρτούνες κοντά σου!



Ασφαλίζουμε σκάφη αλιευτικής δραστηριότητας καθαρά επαγγελματικά. Διαμεσολαβούμε στην ασφάλιση σκαφών Εμπορικού στόλου - Ακτοπλοίας και παρέχουμε ασφαλιστική κάλυψη για ατύχημα και ασθένεια στα πληρώματα όλων των ανωτέρω σκαφών.

Καλύπτουμε κινδύνους:

**Θάλασσας  
Πολέμου  
Ενυπόθηκου Δανειστή  
Ναυπηγείου  
Λιμένος**



**ΑΓΡΟΤΙΚΗ  
ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ  
ΧΡΟΝΙΑ**  
ΚΟΝΤΑ ΣΑΣ ΟΤΙ ΚΙ ΑΝ ΤΥΧΕΙ

## ΓΡΑΜΜΑΤΑ ΣΕ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ



### Το απαρέμφατον η ποιότητα και η ανθρωπιά!

Απαρέμφατο είναι αυτό που δεν ορίζει κάτι ή δεν το δηλώνει σαφώς.

Το απαρέμφατο είναι ένας τύπος της Γραμματικής άκλιτος και δεν εμφανίζει χρόνο, ούτε πρόσωπο, ούτε γένος (γι' αυτό και λέγεται απαρέμφατο). Στις εγκυκλοπαιδείες διαβάζουμε πως από την κλασσική αρχαιότητα άρχισε να διατυπώνεται στην καθημερινότητα αναλυτικά με αποτέλεσμα να εξαφανισθεί.

Παρ' όλα αυτά αφήνοντας τις σκέψεις μου να γυρίσουν πίσω στα ξεχρωματισμένα σχολικά θρανία, θυμάμαι το χτυποκάρδι στο άνοιγμα του καταλόγου βαθμολογίας του καθηγητή εκεί όταν μηδένιζε την απόδοσή μας, όταν στην άνοιξη της ζωής μας αντικρίζαμε το συννεφιασμένο φθινοπωρινό πρόσωπο μιας ελλιπούς εκπαίδευσης, τότε που η παιδεία μας ξεχνούσε ή δεν ήθελε να μάθει τους νέους, τρόπους σκέψης, μέθοδο, πρωτοβουλία, ανάληψη ευθύνης, ομαδικότητα, συντροφικότητα.

Είκοσι πέντε χρόνια μετά κάνω απολογισμό και δεν βρήκα αυτό το απαρέμφατο ούτε στο στρατό, ούτε στο πανεπιστήμιο, ούτε όταν δούλεψα στην οικοδομή και το εργοστάσιο, ούτε στα γραφεία, ούτε στην οικογένεια, ούτε στις απορίες των παιδιών μου.

Αυτοί που ήταν υπεύθυνοι ξέφτισαν και ξεθύμαναν την ενεργητικότητά μου **τότε που είχα τις προϋποθέσεις για δημιουργία και μαζί με τους συμμαθητές μου να φτιάξουμε κάτι καλύτερο στην Ελλάδα με τις όμορφες ακρογιαλιές, τον ήλιο, τις γλυκιές μικρές πατρίδες, τις ασπρισμένες αυλές που πχούσαν από «καλημέρα» και «τι κάνεις γείτονα», τότε που γυρνούσαν οι πατεράδες απ' τη δουλειά με ιδρωμένα πουκάμισα δίνοντας τα πάντα για ένα καλύτερο αύριο των παιδιών τους...**

Με αφορμή το περιοδικό μας ΝΑΙ καθώς

περιδιαβαίνω εταιρίες και ασφαλιστικά γραφεία καμαρώνω στ' αλήθεια κάποιους Managers που προσπαθούν να κάνουν τους ασφαλιστές τους με πρωτοβουλία, με μέθοδο, με ευθύνη, με αυτοπειθαρχία, με πρόγραμμα, με σκοπό και στόχους, με εφευρετικότητα, δημιουργικούς.

Οι άνθρωποι σήμερα στον τραυματισμένο και μπερδεμένο με χιλιάδες προβλήματα κόσμο που ζούμε έχουν ανάγκη να ζήσουν με κατανόηση, με φιλία, με συντροφικότητα, με ανθρωπιά, με αγάπη, μοιράζοντας τα αγαθά σ' ένα κλίμα αμοιβαιότητας όπου αναγνωρίζεται η προσπάθεια, ο δημιουργός, η ελεύθερη προσωπικότητα, όπου τιμάται το άτομο.

Αγαπητοί, μιλήστε στους άλλους με ανθρωπιά. Πίσω απ' τους κωδικούς ασφαλιστών και συμβολαίων κρύβονται άνθρωποι.

Τα κτίριά σας, τα γραφεία σας, τα προσεγμένα εξώφυλλα των συμβολαίων σας, οι έγχρωμες ευτυχισμένες διαφημίσεις σας είναι «απαρέμφατα» γι' αυτούς. Μην είστε κάρβουνα - απαρέμφατα που δεν καταλαβαίνουν το φως που τους περιβάλλει! Γίνετε διαμάντια που ακτινοβολούν παντού χρώματα και φως και σκορπίστε ποιότητα, ειλικρίνεια, αλήθεια, καλή συμπεριφορά, χαμόγελο, ανθρωπιά. Αυτά μετράνε, δώστε τα!

**Ευάγ. Σπούρου**  
Manager Ασφαλιστών  
Αθήνα, Μάιος 1991



**Παρουσίαση**



**Nationale-Nederlanden**



**Τ**ο φαινόμενο της **NATIONALE-NEDERLANDEN** στην Ελλάδα υπήρξε μοναδικό. Μέσα σε μια δεκαετία κατόρθωσε όχι μόνο να εδραιωθεί στην ελληνική ασφαλιστική αγορά, αλλά και να αναγνωρισθεί σαν μια από τις κορυφαίες ασφαλιστικές εταιρίες.

Ο στόχος μας, στόχος φιλόδοξος αλλά όχι ανέφικτος, η διατήρηση του δυναμικού ρυθμού ανάπτυξης της Εταιρίας. Η μέχρι τώρα πορεία της Εταιρίας κατέδειξε ότι και οι πιο φιλόδοξοι στόχοι μπορούν να επιτευχθούν όταν βασίζονται σε σωστές στρατηγικές, ορθολογική οργάνωση, σωστή φιλοσοφία.

Η ανάπτυξη της Εταιρίας στηρίχθηκε στο δικό μας έμπυχο δυναμικό. Δημιουργήσαμε έτσι ανθρώπους με πάθος και ενθουσιασμό, ικανούς να στηρίζουν τη δομή της εταιρίας, ικανούς να σταθούν στο πλευρό του πελάτη τους και να συμβάλουν στην ανάπτυξή της.

Έχοντας βαθιά επίγνωση του κοινωνικού ρόλου που επιτελούμε, θέσαμε από την αρχή στο κέντρο του ενδιαφέροντός μας, τον πελάτη και την παροχή σε αυτόν τέτοιων υπηρεσιών που θα εξυπηρετούν τις ολοένα αυξανόμενες ανάγκες του.

Αποτέλεσμα αυτής της προσπάθειας ήταν να καθιερωθεί η **NATIONALE-NEDERLANDEN**, στη συνείδηση του ελληνικού ασφαλιστικού κοινού ως η Εταιρία πρότυπο, που παρέχει υπηρεσίες ισάξιες με αυτές που παρέχονται στις πιο εξελιγμένες, ασφαλιστικά, χώρες. Πιστοί στις αρχές μας θα συνεχίσουμε και στο μέλλον να παρέχουμε υπηρεσίες υψηλού επιπέδου ικανές να εξυπηρετήσουν τις πιο υψηλές απαιτήσεις, τόσο στον τομέα της προστασίας, όσο και στον τομέα της αποταμίευσης.

**ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΑΡΑΛΗΣ**  
ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ



### Nationale-Nederlanden. Παγκόσμια δύναμη στις ασφάλειες.

Η Nationale-Nederlanden είναι ένας οικονομικός κολοσσός. Με 150 χρόνια παράδοση στις ασφάλειες, δυναμική πορεία ποιοτικής ανάπτυξης, πρότυπη οργανωτική δομή, κάνει τις πιο επιτυχείς επενδύσεις σ' όλο τον κόσμο.

Η αρχή για τη Nationale-Nederlanden έγινε το 1845 στην Ολλανδία με την ίδρυση της Ασφαλιστικής Εταιρίας «The Netherlands Insurance Company est. 1845», με έδρα τη Χάγη.

Το 1863 ιδρύεται στο Ρόττερταμ μια άλλη μεγάλη Ασφαλιστική Εταιρία, «Nationale Life Insurance Bank».

Οι δύο Εταιρίες αποφασίζουν το 1963 να ενώσουν τις δυνάμεις τους μετά από 100 χρόνια ανεξάρτητης λειτουργίας. Με όπλα την πείρα, τις γνώσεις και τις οικονομικές τους δυνατότητες στοχεύουν πια σε μια παγκόσμια ποιοτική ανάπτυξη. Έτσι και έγινε. Το 1963 δημιουργούν μια

σημαντική ασφαλιστική δύναμη: Τη Nationale-Nederlanden. Έναν πανίσχυρο οικονομικό οργανισμό με δυναμική παρουσία ανάμεσα στις ήδη καθιερωμένες διεθνώς ασφαλιστικές εταιρίες.

Η Nationale-Nederlanden εισέβαλε με επιτυχία στη διεθνή αγορά, βασισμένη σε μια «στρατηγική ποιοτικής ανάπτυξης» με στόχο τη διαρκή βελτίωση των προσφερομένων υπηρεσιών.

Η στρατηγική αυτή βασίζεται σε 10 σημεία:

- Σταθερή προσήλωση στην ποιοτική ανάπτυξη.
- Διαρκής εξέλιξη διεθνοποίησης.
- Απόλυτη εμπιστοσύνη στην τοπική αυτονομία.
- Επιβράβευση ικανών ανθρώπων σε όλους τους χώρους και όλα τα επίπεδα.
- Ανάπτυξη πρωτοποριακών συμβολαίων και μοναδικών υπηρεσιών.
- Ισχυρή ενίσχυση και συμπαράσταση στους χιλιάδες συνεργάτες που διαθέτουν τα συμβόλαια που παρέχουν τις υπηρεσίες της Εταιρίας.
- Αξιοποίηση της πείρας και των γνώσεων που έχουν αποκτηθεί σε όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων της Εταιρίας, σαν βάσεις για μελλοντική ανάπτυξη.
- Επίτευξη εργασιακής υπεροχής με συνεχή βελτίωση της αποδοτικότητας.
- Συνεπής προγραμματισμός και υιοθέτηση πολιτικής που ελαχιστοποιεί τους κινδύνους.
- Υιοθέτηση νέας τεχνολογίας και διαρκής έρευνα σε βάθος για επίτευξη πλή-



## Άνθρωποι & Εταιρίες

ρους υπεροχής, ώστε να παραμείνουμε στην κορυφή.

### Η εισοδος και η εντυπωσιακή ανάπτυξη της Nationale-Nederlanden στην ελληνική ασφαλιστική αγορά

Η Nationale-Nederlanden κάνει το 1980 τη θριαμβευτική της εισοδο στην Ελλάδα με την εξαγορά του 100% των μετοχών της Ασφαλιστικής Εταιρίας «Πρόδος».

Στη συνέχεια, λειτουργεί με αυτό το όνομα προσφέροντας υπηρεσίες στους Κλάδους Ζωής και Γενικών Ασφαλίσεων.

Το 1982, η Nationale-Nederlanden αποκτά την αυτονομία της σαν ανεξάρτητη πλέον Εταιρία Ασφαλιών Ζωής.

Μεταφέρει και στην Ελλάδα τη διεθνή πείρα και τον άψογο επαγγελματισμό της, κερδίζοντας την εμπιστοσύνη των ασφαλισμένων. Έτσι, γρήγορα κατακτά μια θεαματική θέση στο χώρο των Ελληνικών Ασφαλίσεων.

Τη δεκαετία '80-'90 σημειώνει εντυπωσιακή αύξηση των εργασιών της κατακτώντας γρήγορα κορυφαία θέση στην ελληνική ασφαλιστική αγορά, ενώ από το 1988 η Nationale-Nederlanden Ελλάδας αναπτύσσει πλέον όλους τους κλάδους των Γενικών Ασφαλίσεων.

Σύμφωνα με τις διεθνείς αλλά και τις δικές της απαιτήσεις συνεχώς εξελίσσεται.

Έτσι, δημιουργεί μια νέα εταιρία παροχής επενδυτικών υπηρεσιών στην Ελλάδα (Financial Services), ενώ ταυτόχρονα προωθεί τα Ομαδικά Ασφαλιστικά Προγράμματα. Και καθώς οι τάσεις διεθνώς στον ασφαλιστικό τομέα στρέφονται προς την παροχή περισσότερο επενδυτικών-αποταμιευτικών προγραμμάτων, η ίδρυση της Εταιρίας Αμοιβαίου Κεφαλαίου της Nationale-Nederlanden θα καλύψει μια ανάγκη που αρχίζει να γίνεται αισθητή και στην Ελλάδα.

Η πείρα της Nationale-Nederlanden από την πετυχημένη λειτουργία παρόμοιων Εταιριών στην Ευρώπη και τη Β. Αμερική αποτελεί το αποτελεσματικότερο όπλο της στην προσπάθεια για επιτυχία.

Πάντα σύγχρονη και δημιουργική, η Nationale-Nederlanden αποτελεί πράγματι εγγύηση για απόλυτη εξασφάλιση.

### Η επενδυτική φιλοσοφία της Nationale-Nederlanden εφαρμόζεται και στην Ελλάδα

Η διεθνής αναγνώριση της Nationale-Nederlanden σαν πανίσχυρης οικονομικής παρουσίας, οφείλεται σε μεγάλο βαθμό και στις επικερδείς επενδύσεις της σ' όλο τον κόσμο.

Με οδηγό την τεράστια πείρα της στις ασφαλιστικές επενδύσεις, πραγματοποιή-

ησε στην Ελλάδα τη μεγαλύτερη ασφαλιστική επένδυση που έγινε ποτέ στη χώρα μας.

Έχοντας υπόψη τις συνεχώς αυξανόμενες ανάγκες και προοπτικές της Εταιρίας και πάντα στα πλαίσια της στρατηγικής της ποιοτικής ανάπτυξης, η Nationale-Nederlanden απέκτησε το Μέγαρο

της. Σε έκταση 3.100 τ.μ. στη Λ. Συγγρού, ολοκληρώθηκε ένα υπερσύγχρονο κτιριακό συγκρότημα 10.000 τ.μ., με βάση τα πιο σύγχρονα κατασκευαστικά πρότυπα και με σκοπό να καλύψει με ιδανικό τρόπο κάθε μελλοντική ανάγκη των Εταιριών του Ομίλου στην Ελλάδα.

Το κτίριο αποπερατώθηκε το φθινόπωρο του 1990 και το κόστος κατασκευής του ξεπέρασε τα 4 δισ. δρχ.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι η τεράστια αυτή επένδυση πραγματοποιήθηκε εξ ολοκλήρου με εισαγωγή συναλλάγματος. Αποτελεί δε έμπρακτη απόδειξη της εμπιστοσύνης του Ομίλου της Nationale-Nederlanden στην ελληνική ασφαλιστική αγορά.

Η Nationale-Nederlanden με τη μεγάλη αυτή επένδυση επιτυγχάνει:

- Θεαματική αύξηση της οικονομικής επιφάνειας των εταιριών της Nationale-Nederlanden στην Ελλάδα.
- Μεγαλύτερη εξασφάλιση των πελατών της.
- Σταθεροποίηση της υψηλής απόδοσης

του επενδυτικού προγράμματος στην Ελλάδα.

- Καλύτερη διεκπεραίωση των εργασιών της Εταιρίας και πληρέστερη εξυπηρέτηση των ασφαλισμένων.

Η Nationale-Nederlanden πάντα δυναμική και σύγχρονη, με διεθνή φήμη στο χώρο των επενδύσεων, πιστεύει ωστόσο, ότι



η μεγαλύτερη επένδυση είναι οι ικανοποιημένοι πελάτες και συνεργάτες-ασφαλιστές της.

Γι' αυτό οι φίλοι τη λένε Ev-Ev!

### Προοπτικές ανάπτυξης της Nationale-Nederlanden στο άμεσο μέλλον.

Δυναμική παρουσία στο χώρο της Ελληνικής Ασφαλιστικής αγοράς, η Nationale-Nederlanden, βασισμένη στη στρατηγική της συνεχούς ποιοτικής ανάπτυξης, προγραμματίζει με συνέπεια το μέλλον το δικό της και των ασφαλισμένων της.

Θέτοντας ολοένα και πιο φιλόδοξους στόχους, με νέα υψηλή παραγωγή και διευρυνση του δικτύου της στην Ελλάδα, στοχεύει ακόμα ψηλότερα για το 1992 και πέρα απ' αυτό.

Ακόμα εμπλουτίζει και επεκτείνει τα προϊόντα της στον Κλάδο Ζωής και Γενικών Ασφαλίσεων, δημιουργεί νέα πρωτοποριακά προγράμματα, εισέρχεται στο χώρο των επενδυτικών εργασιών, ενώ παράλληλα βελτιώνει το επίπεδο των προσφερομένων υπηρεσιών της.

Η εντυπωσιακή πορεία της Nationale-Nederlanden συμβαδίζει με την πρόοδο και τα άλματα της εποχής μας!



# ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΚΑΡΑΛΗΣ

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

του Γεν. Διευθυντή της Ν/Ν  
στο Ε. Σπύρου

«Η Ελλάδα έχει ανάγκη από καινούργια πράγματα, κυρίως έχει ανάγκη από μια καινούργια νοοτροπία, από μια ευρωπαϊκή νοοτροπία.

Αυτό η NATIONALE-NEDERLANDEN προσπαθεί να επιτύχει στην Ελλάδα, δηλαδή να προσαρμόσει στην Ελληνική πραγματικότητα την πείρα που απέκτησε σε όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου και να φέρει μια νέα φιλοσοφία στην χώρα μας».

**ΕΡΩΤ.:** Η NATIONALE-NEDERLANDEN μέσα σε μια 10ετία κατόρθωσε να γίνει μια κορυφαία ασφαλιστική εταιρία στην Ελλάδα. Ποιά ήταν η φιλοσοφία σας στο ξεκίνημα;

ΑΠΑΝΤ.: Η NATIONALE-NEDERLANDEN, όπως γνωρίζετε κύριε Σπύρου, ξεκίνησε το 1980 στην Ελλάδα, αλλά είναι μια παλιά εταιρία. Ήδη το 1980 είχε μια ηλικία 150 ετών περίπου. Ξεκινώντας από την Ολλανδία στα μέσα του περασμένου αιώνα εξελίχθηκε σιγά σιγά και επεκτάθηκε στην αρχή στην Ευρώπη και εν συνεχεία και στις υπόλοιπες ηπείρους και σήμερα μπορούμε να πούμε ότι είναι ένα πανίσχυρο οικονομικό συγκρότημα με δυναμική παρουσία ανάμεσα στις ήδη καθιερωμένες διεθνώς ασφαλιστικές εταιρίες.

Μια εταιρία με τόσο μεγάλη ιστορία και τόσο μεγάλη ανάπτυξη δεν μπορεί παρά να έχει μια δική της φιλοσοφία. Την φιλοσοφία αυτή την προσαρμόσαμε στην δική μας νοοτροπία και μπορούμε σήμερα να πούμε ότι το αποτέλεσμα είναι απόλυτα ικανοποιητικό.

Αυτό ίσως δίνει μια πολύ συνοπτική απάντηση για αυτό που εσείς στην ερώτησή σας ονομάζετε εξέλιξη της NATIONALE-NEDERLANDEN σε μια μεγάλη ασφαλιστική εταιρία στην Ελλάδα.

Η φιλοσοφία μας πάντοτε ήτανε και εί-

να η καλύτερη δυνατή προσφορά στον πελάτη και στον συνεργάτη μας, ως επίσης και η ανάπτυξη πρωτοποριακών προγραμμάτων.

Η αξιοποίηση της πείρας και των γνώσεων που έχει αποκτήσει ο όμιλος των εταιριών μας σε όλο τον κόσμο. Η βελτίωση της αποδοτικότητας, η αξιοποίηση της νέας τεχνολογίας και έρευνας και φυσικά η συνεχής εγρήγορση ώστε να μπορούμε πάντοτε να βρισκόμαστε στην πρωτοπορία.

Χαίρομαι που χρησιμοποιείτε την λέξη φιλοσοφία στην ερώτησή σας διότι πράγματι μια εταιρία που βλέπει μπροστά της και μακροπρόθεσμα έχει μια φιλοσοφία και όχι μια βραχυπρόθεσμη στρατηγική.

**ΕΡΩΤ.:** Τι ρόλο έπαιξαν οι ασφαλιστές σ' αυτή την προσπάθεια;

ΑΠΑΝΤ.: Τα στελέχη των πωλήσεων έπαιξαν μεγάλο ρόλο σ' αυτή μας την προσπάθεια και η εταιρία μας τους οφείλει ένα μεγάλο ευχαριστώ για τα αποτελέσματα που έχουν σημειώσει μέχρι σήμερα.

Οι άνθρωποι των πωλήσεών μας πρώτα απ' όλα ενστερνίστηκαν όλες αυτές τις αρχές και προσπάθησαν να τις εφαρμόσουν δημιουργώντας την εικόνα μιας σοβαρής, συνεπούς και προοδευτικής εταιρίας η οποία θα στεκότανε πάντα στο

πλευρό του ασφαλιζομένου και θα του πρόσφερε τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες, γιατί μην ξεχνάμε ότι πρώτα απ' όλα το service μιας εταιρείας κρίνεται από τους συνεργάτες της.

Θέλω να εκφράσω τις θερμές ευχαριστίες μου προς τους συνεργάτες μου και να πω ότι χωρίς αυτούς δεν θα γινότανε αυτό το οποίο έγινε μέσα σε δέκα χρόνια.

Όμως θα ήταν παράλειψη αν δεν εξέφραζα τις ίδιες ευχαριστίες για την συμβολή και του διοικητικού προσωπικού της εταιρίας, που η συμμετοχή του στην εξέλιξη της εταιρίας είναι πολύ σημαντική.

**ΕΡΩΤ.:** Ο ανταγωνισμός δυσκόλεψε ή βοήθησε τις προσπάθειές σας; Το 1980 οι συνθήκες της αγοράς ήταν διαφορετικές. Αν είχατε προβλήματα, πώς τα ξεπεράσατε;

ΑΠΑΝΤ.: Ο ανταγωνισμός υπάρχει πάντοτε και θα έλεγα να δούμε την καλή πλευρά του ανταγωνισμού. Είναι γεγονός ότι οι συνθήκες το 1980 ήταν πολύ διαφορετικές και θα σταθώ μόνο στο θέμα της ασφαλιστικής συνειδήσεως.

Σαφώς η ασφαλιστική συνείδηση πριν από 10 χρόνια ήταν πολύ μικρότερη και ο μέσος Έλληνας ήταν πολύ λιγότερο ευαισθητοποιημένος στα θέματα της ασφαλιστικής καλύψεως. Σήμερα τα πράγματα είναι πολύ καλύτερα και εύχομαι και ελπίζω ότι σε 10 χρόνια θα είναι ακόμη πιο βελτιωμένα.

Επίσης ο ανταγωνισμός είναι αυτός ο οποίος σε κρατά σε μια συνεχή εγρήγορση, σε αναγκάζει συνεχώς να εξελίσσεσαι, και να προσφέρεις καλύτερες υπηρεσίες, να βελτιώνεις τα προϊόντα σου και να διδάσκεσαι.

**ΕΡΩΤ.:** Όταν λέτε δίνετε συν δύο στον ασφαλιστή τι εννοείτε; Έχετε κάποια παραδείγματα που θα δικαιώσουν την πολιτική σας αυτή;

ΑΠΑΝΤ.: Αυτό που λέμε συν δύο στον ασφαλιστή σημαίνει περισσότερες παρο-



χές προς τους συνεργάτες μας, καλύτερα πακέτα αμοιβών, και άριστα ασφαλιστικά προγράμματα. Παράδειγμα είναι το συνολικό σύστημα αμοιβής των στελεχών πωλήσεων, που είναι το καλύτερο στην Ελληνική Ασφαλιστική Αγορά.

**ΕΡΩΤ.:** Τι εφόδια χρειάζεται ένας ασφαλιστής για να επιτύχει;

ΑΠΑΝΤ.: Η γνώμη μου είναι ότι πρέπει να αγαπάει την δουλειά του και να έχει σύστημα, οργάνωση, συνέπεια και να γνωρίζει άριστα το αντικείμενο της εργασίας του.

Αυτό απαιτεί μια συνεχή επιμόρφωση και βελτίωση των γνώσεων του. Την επιμόρφωση αυτή η εταιρία μας με συνεχή επιμορφωτικά σεμινάρια και εκπαίδευση προσπαθεί να προσφέρει στον ασφαλιστή της.

**ΕΡΩΤ.:** Τι καινούργιο φέρνει η NATIONALE-NEDERLANDEN στην Ελλάδα;

ΑΠΑΝΤ.: Η ερώτησή σας είναι επίκαιρη θα έλεγα. Η Ελλάδα έχει ανάγκη από καινούργια πράγματα, κυρίως έχει ανάγκη από μια καινούργια νοοτροπία, από μια ευρωπαϊκή νοοτροπία.

Αυτό η NATIONALE-NEDERLANDEN προσπαθεί να επιτύχει στην Ελλάδα, δηλαδή να προσαρμόσει στην Ελληνική

πραγματικότητα την πείρα που απέκτησε σε όλα τα μήκη και πλάτη του κόσμου και να φέρει μια νέα φιλοσοφία στην χώρα μας.

Αυτό θέλουμε να πιστεύουμε ότι το καταφέρνουμε σιγά σιγά βοηθώντας όχι μόνο στην ανάπτυξη της δουλειάς μας, αλλά βάζοντας ένα μικρό πετραδάκι και σε μια γενικότερη βελτίωση των συνθηκών της ασφαλιστικής αγοράς.

**ΕΡΩΤ.:** Θέλετε να πείτε κάτι στους συναδέλφους άλλων εταιριών;

ΑΠΑΝΤ.: Θα ήθελα να πω στους συναδέλφους των άλλων εταιριών ότι η αγορά είναι δυναμική και αναπτυσσόμενη και η συμβολή όλων μας στην δημιουργία σωστών συνθηκών στην αγορά θα είναι προς όφελος και των ασφαλιζομένων, αλλά και των εταιριών.

**ΕΡΩΤ.:** Κύριε Καραλή δεν γίνεται τίποτα στην τύχη. Πίσω απ' αυτή την δημιουργία της NATIONALE-NEDERLANDEN έχετε κάνει την στρατηγική και τα όνειρά σας. Έχετε φτάσει εκεί που θέλατε; Έχετε ακόμα κάποια όνειρα για το μέλλον;

ΑΠΑΝΤ.: Κύριε Σπύρου είναι γεγονός ότι τίποτε δεν γίνεται στην τύχη και προσπαθώ και εγώ και οι συνεργάτες μου να φέρουμε σε σωστή βάση όλα αυτά που

σας είπα προηγουμένως για να μπορέσουμε να έχουμε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα.

Οι στόχοι ενός Manager δεν τελειώνουν ποτέ. Προσπαθώ να κάνω ό,τι γίνεται καλύτερο για τους ασφαλιζομένους μας, τους συνεργάτες μου και επίσης για την εταιρία. Στόχος της NATIONALE-NEDERLANDEN είναι να γίνει η καλύτερη εταιρία στην Ελληνική Ασφαλιστική Αγορά και γιατί όχι και η μεγαλύτερη.

**ΕΡΩΤ.:** Θαυμάζετε κάποιον ή κάποιους στην Ελληνική Αγορά;

ΑΠΑΝΤ.: Βεβαίως, δεν θα σας αναφέρω ονόματα, θα σας πω μόνο ότι εκτιμώ τους ανθρώπους με αρχές, συνέπεια και οράματα. Τους δημιουργούς!

**ΕΡΩΤ.:** Έχετε να πείτε κάτι για το ρόλο του περιοδικού «ΝΑΙ» στην Ελληνική Ασφαλιστική Αγορά;

ΑΠΑΝΤ.: Παρακολουθώ το περιοδικό σας από την αρχή της εκδόσεώς του και το θεωρώ επιτυχημένο. Πιστεύω ότι θα βοηθήσει στην βελτίωση της ασφαλιστικής συνειδήσεως και στην καλύτερη κατανοήση των ασφαλιστικών θεμάτων.

Σας εύχομαι κάθε επιτυχία στις προσπάθειές σας.

Δ□

Η ΕΙΚΟΝΑ ΣΑΣ ΚΑΙ Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ

## Εάν μοιάζει με πάπια, και περπατάει σαν πάπια, τότε πρέπει να είναι πάπια!

Για να φτάσεις εκεί που πας, ντύσου σαν να έφτασες ήδη

Τι σημαίνει «εικόνα»; Το λεξικό Webster-ορίζει την εικόνα σαν, «την συνολική εντύπωση ενός ατόμου». Εάν πω, «Αδόλφος Χίτλερ» αμέσως αισθάνεστε κάτι για αυτό το άτομο ένα τελειώς διαφορετικό συναίσθημα σας κυριεύει. Όλοι μας έχουμε εικόνες των ανθρώπων. Πώς σας βλέπουν οι άλλοι—δηλαδή τι σχηματίζουν στο μυαλό τους για σας—είναι η εικόνα τους για το άτομο σας, και έτσι η «εικόνα σας».

Τα σχόλια που θα κάνω για την δημιουργία της «εικόνας» είναι πρώτον, η δικιά μου γνώμη (γι' αυτό είναι αντικειμενικά), και δεύτερον, εξαρτώνται από τις ιδιαιτερότητες της γεωγραφικής περιοχής που ζείτε. Θα περιγράψω αυτή που πιστεύω ότι είναι η ιδανική εικόνα του ασφαλιστή ζωής, και τα ιδανικά βοηθήματα που πιστεύω ότι χρειάζονται για τη δημιουργία αυτής της εικόνας. Πολλά από τα αντικείμενα που θα σας προτείνω ίσως σας φανούν, πολύ ακριβά. Οπωσδήποτε, δεν θα σας προτείνω να μετακομίσετε, αν δεν μένετε ήδη στην καλύτερη περιοχή της πόλης σας. Σας συμβουλεύω όμως ότι θα πρέπει να σκέφτεστε από τώρα για το πού θα ήταν καλύτερα να μείνετε.

Για να ξεκινήσετε να δημιουργείτε μια θετική εικόνα, προτείνω να σκεφτείτε ποια χαρακτηριστικά θα θέλατε να έχει ένας προσωπικός οικονομικός σύμβουλος.

Πως θα θέλατε αυτό το άτομο να φαίνεται, να μιλάει; Πρέπει να προσπαθήσετε να εξομοιωθείτε με αυτή την εικόνα!

### Ντυθήτε Επιτυχημένα

«Εάν μοιάζει με πάπια και περπατάει σαν πάπια, τότε πρέπει να είναι πάπια». Δεν ξέρω ποιος το έχει πει αυτό, αλλά δεν έχω ακούσει πιο αληθινά λόγια. Στο υποκατάστημά μας, έχουμε μια επιγραφή που



λέει: «Για να φτάσεις εκεί που πας, ντύσου σαν να έφτασες ήδη».

Οι άνθρωποι θέλουν να συνεργάζονται με τους επιτυχημένους. Επειδή δεν ξέρουν αν είστε επιτυχημένοι, θα κρίνουν ανάλογα με αυτό που βλέπουν. Εξαρτάται από εσάς να αποφασίσετε ποια θα είναι αυτή η εικόνα. Τώρα, πριν βγάλετε συμπεράσματα, δεν εννοώ ότι πρέπει να γίνετε το αποκορύφωμα της μόδας. Το να είστε πολύ μοντέρνος δείχνει ασάφεια. Θέλετε να δείξετε την σταθερή εικόνα του ανθρώπου που κάποιος μπορεί να βασιστεί «ό,τι και αν συμβεί».

Πάρτε παράδειγμα από τον κώδικα ντυσίματος της εταιρίας IBM, που μιλάει για

βασικά χρώματα, άσπρα πουκάμισα, ριγέ γραβάτες, μαύρα παπούτσια. Οι υπάλληλοι της IBM έχουν φτιάξει μια εικόνα. Τις ώρες εργασίας ντύνονται με την βασική στολή της IBM, διοχετεύοντας πάντα την ίδια στέρεη, συντηρητική, ικανή, ακμαία, εικόνα.

### Υφάσματα

Το καλύτερο κοστούμι είναι το μάλλινο. Το μέτριο είναι από μαλλί και πολυέστερ. Το χειρότερο είναι από πολυέστερ. Ποτέ μην αγοράζετε πλεκτό κοστούμι. Τα βαμβακερά είναι δροσερά το καλοκαίρι αλλά τσαλακώνουν. Ποτέ μην φοράτε κοτλέ, μπλου τζην, νάυλον τις ώρες εργασίας. Τα λευκά πουκάμισα αρμόζουν καλύτερα. Οι

γραβάτες πρέπει να είναι μεταξωτές ή από μίγμα μετάξι.

### Στυλ

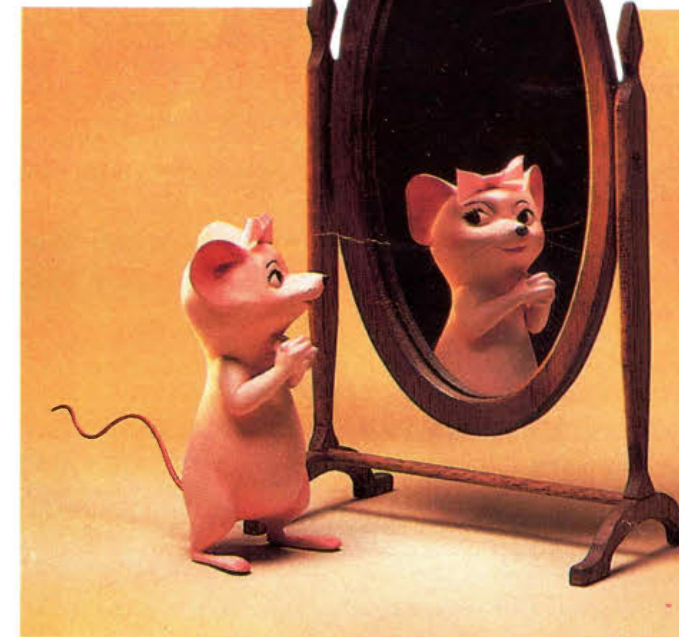
Τα ανδρικά κοστούμια πρέπει να έχουν πέτα μεσαίου μεγέθους και απλά κουμπιά και να μην έχουν ζώνες από άγριο δέρμα με σχέδια. Μην φοράτε σπορ σακάκια ή παπούτσια με έντονα σχέδια.

Οι γυναίκες έχουν περισσότερα περιθώρια στο ντύσιμο από ό,τι οι άνδρες. Τα ταγιέρ, οι φούστες και οι μπλούζες είναι εξίσου καλές με τα φορέματα. Το μήνυμα και εδώ είναι «συντηρητικά». Εννοείται ότι οι γυναίκες πρέπει να αποφεύγουν τα μίνι,

τις μπλούζες με χαμηλό ντεκολτέ, δικτυωτές κάλτσες κ.λπ. Το βάψιμο δεν πρέπει να είναι έντονο.

### Χρώματα

Αποχρώσεις του μαύρου, γκρι, μπλε, μεζ και καφέ πρέπει να φοριούνται. Ποτέ μην βάλετε πράσινο - θεωρείται το χειρότερο στον επαγγελματικό χώρο. Οι ελαφρές ρίγες, ψαροκόκκαλο, τουίντ, καρρώ είναι αποδεκτά. Όσο πιο σκούρο το χρώμα που φοράτε τόσο πιο ισχυρός και ειλικρινής φαίνεστε. Οι κάλτσες πρέπει να είναι σκούρες, ή πιο σκούρες από το παντελόني σας. Τα παπούτσια σας όσο σκουρα ή πιο σκούρα από τις κάλτσες σας. Φορέστε καφέ παπούτσια με καφέ κοστούμι,



μαύρα με γκρι ή μπλέ κοστούμι. Αποφύγετε τα κραυγαλέα χρώματα.

### Χαρτοφύλακες

Οι χαρτοφύλακες διατίθενται σε διάφορα μοντέλα. Τελευταία, προτιμάται ο δερμάτινος. Εννοείται ότι όσο πιο ωραίος είναι ο χαρτοφύλακας που κρατάει κάποιος τόσο πιο επιτυχημένος δείχνει. Αυτό δεν σημαίνει όμως ότι εάν δεν είναι Gucci, είναι άσχημος.

Πρέπει να διαλέξετε ένα χαρτοφύλακα που είναι πρακτικός, ανθεκτικός και συντηρητικός. Προτιμήστε το μαύρο, γκρι ή καφέ και αποφεύγετε τις μεγάλες κλει-

δαριές, τα λουριά, κ.λπ. Το δέρμα είναι το πιο ωραίο υλικό, αλλά λερώνει εύκολα.

### Γενική γραφική ύλη

Το στιλό και τα μολύβια είναι επίσης ενδεικτικά της εικόνας που προβάλλετε.

Έχετε δει ποτέ τον πρόεδρο μιας τράπεζας να χρησιμοποιεί φτηνό, πλαστικό στιλό; Εγώ όχι. Όταν ξεκίνησα στη δουλειά, αγόρασα ένα ακριβό στυλό-μολύβι. Ακόμα το χρησιμοποιώ και δουλεύει όσο

εκφραστικές φυσιογνωμίες, το συντηρητικό ντύσιμο είναι σαν να παρακολουθούν ένα τελικό ποδοσφαίρου χωρίς να μπορούν να βγάλουν τον παραμικρό ήχο. Γι' αυτούς που δεν είναι εκφραστικοί, είναι δύσκολο να καταλάβουν γιατί θέλει κάποιος να φορέσει σπορ ρούχα.

Αλλά όπως και να είστε, είναι πολύ σημαντικό να οργανώσετε σωστά το ρουχισμό σας. Τίποτα δεν μπορεί να καταστρέψει ένα καλοραμμένο κοστούμι περισσότερο από τις αντοιχτόχρωμες κάλτσες. Μια παρένθεση: Ντυθείτε για την αγορά που εργάζεστε. Προφανώς, εάν δουλεύετε με γεωργούς δεν θα φορέσετε κοστούμι με γιλέκο, ή εάν δουλεύετε με δικηγόρους θα αποφύγετε τα μπλου-τζην. Πολλοί νέοι δικηγόροι πήγαν σπίτι τους, γιατί το ντύσιμό τους δεν άρεσε σε κάποιο δικαστή της παλιάς γενιάς.

Θυμηθείτε, ότι περισσότερα πράγματα που αναφέρω ισχύουν για τις ώρες εργασίας. Δεν προτείνω να φορέσετε κοστούμι σε όλες τις περιπτώσεις. Πρέπει όμως, ακόμη και σε ώρες εκτός εργασίας να προσέχετε την εικόνα που δείχνετε στους άλλους.

### Περιποίηση προσώπου

Ένα καλοξυρισμένο πρόσωπο είναι το καλύτερο. Τα γένια και τα μουστάκια είναι κατά περιόδους της μόδας, αλλά είναι καλύτερο να τα αποφεύγετε. Πολλοί άνθρωποι ακόμη πιστεύουν ότι όσοι έχουν μουστάκι και γένια έχουν κάτι να κρύψουν. Αν έχεις μουστάκι ποτέ μην το αφήνετε πολύ λεπτό και μυτερό—μερικοί πιστεύουν ότι δείχνει πονηριά. Αν θέλετε να έχετε γένια τότε πρέπει να είναι περιποιημένα.

### Πού να μένετε

Αυτό είναι δύσκολο. Μια και κάθε πόλη διαφέρει δεν ξέρω ποιο μέρος να πρωτοαναφέρω. Αλλά κάντε το εξής: Κοιτάξτε το χάρτη της πόλης σας. Πού μένουν οι περισσότεροι άνθρωποι που θέλετε να έχετε σχέσεις; Θυμηθείτε οι περισσότεροι άνθρωποι θέλουν να γνωρίζονται με επιτυχημένους. Πρέπει να μένετε σε μια περιοχή που είναι τόσο πλούσια όσο και οι υποψήφιοι πελάτες σας.

### Τι να οδηγείτε

Οι ψυχολόγοι μάς λένε, ότι το αυτοκίνητο είναι η προέκταση του εαυτού μας. Με άλλα λόγια, αναδεικνύουμε την εικόνα που θέλουμε να προβάλλουμε μέσω του

καλά δούλευε πριν 20 χρόνια.

### Πορτοφόλια

Σπάνια αγοράζουν οι άνθρωποι καινούργιο πορτοφόλι αν και το χρειάζονται. Το παλιό πορτοφόλι είναι σαν το παλιό πουκάμισο. Όσο και φθαρμένο να είναι δεν θέλουμε να το αποχωριστούμε. Αλλά τίποτα δεν είναι πιο άσχημο από ένα πορτοφόλι που μοιάζει σαν να βγήκε από το πλυντήριο.

### Συνδυάζοντας το σύνολο

Το μήνυμα είναι **συντηρητικά**: Πες το... συντηρητικά. Για όσους έχουν φιλικές και

αυτοκινήτου που οδηγούμε. Βέβαια, αυτή η θεωρία δεν είναι πάντα σωστή. Μάλιστα, υπάρχουν περιπτώσεις που δεν αληθεύει καθόλου. Αλλά, παραμελώντας τις εξαιρέσεις, θα προσπαθήσω να σας δείξω ότι το αυτοκίνητο είναι η ανάδειξη του εαυτού μας και της εικόνας που θα προβάλουμε στους γύρω μας.

Μερικά αυτοκίνητα δείχνουν «πρακτικά», ενώ άλλα δείχνουν ότι είσαι «φτασμένος».

Σκεφτείτε «ποιότητα» και «συντηρητικά» όταν διαλέγετε το αυτοκίνητο. Το χρώμα είναι εξίσου ενδεικτικό του εαυτού σας:

Κόκκινο - φανταχτερός, όταν είναι έντονα κόκκινο. Αρχοντικός, όταν είναι βαθύ κόκκινο ή μπορντώ.

Πράσινο όπως και με τα κοστούμια, ότι πιο ακατάλληλο.

Κίτρινο εφήμερος, ασταθής

Μαύρο, γκρι, μπλε ή καφέ όπως και με τα κοστούμια, αυτά τα χρώματα είναι ειλικρινή, δυνατά και αξιόπιστα.

Άσπρο ουδέτερο, εάν είναι καθαρό τότε εντάξει, εάν είναι βρώμικο όχι.

#### Το γραφείο σας

Όταν αποκτήσετε το δικό σας γραφείο πρέπει να σκεφτείτε πως θα το επιπλώσετε. Κάθε γραφείο πρέπει να αντανακλά την προσωπικότητά του κατόχου. Αλλά οπωσδήποτε το γραφείο σας δεν πρέπει να μοιάζει με φοιτητικό ξενώνα. Ατομικά βραβεία, φωτογραφίες κ.λπ. είναι εντάξει, απλώς μην το παρακάνετε. Η επίπλωση στο γραφείο σας πρέπει να είναι λειτουργική και συντηρητική. Ούτε φτηνή και φανταχτερή, αλλά ούτε και ακριβή. Τα φυτά είναι ωραία, όσο είναι σε καλή κατάσταση. Ένα μαρμαμένο φυτό δεν δείχνει καλή εικόνα. Πρέπει να υπάρχουν τασάκια για τους επισκέπτες σας. (Εσείς δεν πρέπει ποτέ να κπνίζετε κατά την διάρκεια μιας συνέντευξης. Μπορεί να ενοχλεί τον άλλον και αποσπά την προσοχή).

Είναι σημαντικό κατά καιρούς να κάθεται στην καρέκλα των επισκεπτών σας και να δείτε το γραφείο σας από την πλευρά της δικής τους. Σας αρέσει αυτό που βλέπετε; Σας δημιουργεί ένα ευχάριστο συναίσθημα;

#### Η Αναγκαιότητα να Είστε στην Ώρα σας

Το να είστε στην ώρα σας δεν θα έπρεπε κανονικά να το συζητήσουμε, αλλά, όπως

φαίνεται οι άνθρωποι δεν του δίνουν την κατάλληλη σημασία. Πολλές πωλήσεις έχουν χαθεί γιατί ο ασφαλιστής πήγε καθυστερημένος στο ραντεβού του. Εάν συμφωνήσω να συναντήσω κάποιον μια συγκεκριμένη ώρα, θα πρέπει να είναι συνεπής στο ραντεβού εάν θέλω να του πουλήσω.

Ξέρω ανθρώπους που βάζουν τα ρολόγια τους 5 ή 10 λεπτά αργότερα για να μην

είναι ποτέ καθυστερημένοι. Αν και δεν σας το προτείνω, τονίζω ότι δεν πρέπει ποτέ, μα ποτέ να είστε αργοπορημένοι.

Σκεφτείτε το ένα λεπτό —τι λέτε στους ανθρώπους για το πόσο σημαντικό είναι το ραντεβού σας, αν εσείς πάτε καθυστερημένοι; Τι είδους «ολοκληρωμένη εντύπωση» —εικόνα— προβάλλετε στους υποψηφίους σας;

△□

### Μην κλωσσάτε κλούβια αυγά!



**Α**ποκλείστε τις περιπτώσεις χωρίς ενδιαφέρον. Ίσως να έχετε για παράδειγμα, το όνομα κάποιου που νομίζετε ότι θα ήταν καλός υποψήφιος πελάτης. Αν ανακαλύψετε από μια επίσκεψη ότι αυτό το άτομο δεν έχει τις προϋποθέσεις για να γίνει υποψήφιος πελάτης σας, αυτόματα καταστρέψτε την καρτέλλα του.

Μπορεί όμως αυτό το άτομο να πληροί τις προϋποθέσεις αλλά να αναβάλει συνέχεια την απόφασή του με διάφορες δικαιολογίες, υποχρεώνοντάς σας να τον επισκέπτεστε συχνά.

Σ' αυτήν την περίπτωση πιθανά να κρατήσετε το όνομά του στο αρχείο σας, με άλλα παρόμοια ονόματα, και να τους επισκέπτεστε συχνά. Η πείρα δείχνει ότι το αρχείο σας θα γεμίσει με τέτοιες καρτέλλες, και ότι λίγα ή και κανένα από αυτά τα άτομα δεν θα αγοράσουν από εσάς.

Μια έρευνα έδειξε ότι: 85% των

πωλήσεων γίνονται στην πρώτη ή την δεύτερη συνάντηση.

10% των πωλήσεων γίνονται στην τρίτη συνάντηση.

Μόνο 5% των πωλήσεων γίνονται μετά την τρίτη συνάντηση.

Δεν είναι λοιπόν λογικό, αφού το 95% των πωλήσεων γίνονται στην πρώτη, δεύτερη ή τρίτη συνάντηση, να αποκλείσετε αυτούς τους υποψηφίους που δεν εξυπηρετήσατε σε τρεις συναντήσεις;

Έχοντας τέτοιες καρτέλλες στο αρχείο σας θα σας δώσει ένα λανθασμένο αίσθημα ασφάλειας όταν μετράτε τους πιθανούς πελάτες σας, και θα σας αναγκάσει να χάσετε τον χρόνο σας παροκολουθώντας αυτές τις περιπτώσεις χωρίς ενδιαφέρον, και τελικά θα σας απογοητεύσει για τις ικανότητές σας στην αναζήτηση υποψηφίων πελατών. Πετάξτε λοιπόν τέτοιες καρτέλλες και βρείτε νέους υποψηφίους πλεάτες!

# Μια ασφαλιστική δύναμη στο πλευρό σας



ΑΣΦΑΛΕΙΣ ΖΩΗΣ  
**Continental**  
Δύναμη Ζωής

• ΜΕ ΟΔΗΓΟ ΤΗΝ LIMRA

## Ταξίδι στις διεθνείς τάσεις και εξελίξεις των ασφαλειών

“Προκειμένου να γνωρίσουμε καλύτερα το ρόλο, τις υπηρεσίες, τις εκπαιδευτικές δραστηριότητες, τάσεις και εξελίξεις, καθιερώνουμε σήμερα μια στήλη που ανταποκρίνεται στην ανάγκη των επαγγελματιών ασφαλιστικών συμβούλων και Managers όπως και των εν γένει αναγνωστών του περιοδικού “ΝΑΙ”, να είναι ενήμεροι των ευρωπαϊκών και διεθνών εξελίξεων του θεσμού των ασφαλειών ζωής και του χρηματοοικονομικού κλάδου.

Η στήλη αυτή θα μεταφέρει την ειδησεογραφία που παίρνουμε από την LIMRA,,

**Γράφει ο: ΝΙΚ. ΠΑΠΠΑΣ**  
**Συντονιστής/Εκπρόσωπος**  
**LIMRA Ευρώπης**

**Η** LIMRA (Life Insurance Marketing & Research, Association) είναι ένας διεθνής οργανισμός έρευνας στο χώρο των ασφαλειών ζωής και της βιομηχανίας του FINANCIAL SERVICES. Εφαρμογές, επιστημονικές μεθόδους και τεχνικές για την εκτίμηση και στατιστική ανάλυση των προβλημάτων στην αγορά των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών, παγκοσμίως. Με την ιδιότητά του σαν Σύνδεσμος Εταιριών περιλαμβάνει εταιρίες μέλη από την Ευρώπη, Αμερική (Η.Π.Α.), Καναδά και 50 άλλες χώρες απ' όλο τον κόσμο. Εις το άμεσο μέλλον προβλέπεται η ένταξη και άλλων μελών εταιριών από τις εξελισσόμενες δημοκρατίες της Ανατολικής Ευρώπης. Η LIMRA ιδρύθηκε το 1916 και εφέτος γιορτάζει τα 75 χρόνια της υπάρξεώς της.

Σαν οργανισμός - σύμβουλος σε Μάνατζμεντ, η LIMRA, παρέχει την έρευνά της για την ερμηνεία, διάγνωση και επίλυση των αναπτυξιακών προβλημάτων της αγοράς των ασφαλειών ζωής.

Σαν εκπαιδευτικός οργανισμός προγραμματίζει και διοργανώνει σεμινάρια μάντζμεντ, συνέδρια και συμπόσια σε διάφορα θέματα και επίπεδα μάντζμεντ για τον κλάδο Ζωής και των Financial Servi-



ces στην Αμερική, Ευρώπη και Άπω Ανατολή.

Σαν επαγγελματικός σύνδεσμος ενώνει 600 εταιρίες μέλη της ανά τον κόσμο που ενδιαφέρονται για τους πολλαπλούς τρόπους και μεθόδους ανάπτυξεως και διαδόσεως του θεσμού των ασφαλειών Ζωής, συναφή προϊόντα και υπηρεσίες. Μέσω των διαφόρων συνεδρίων και συναντήσεων γίνεται κέντρο συζητήσεων για την ανταλλαγή απόψεων μεταξύ των στελεχών μελών εταιρίας και οργανισμών ανά τον κόσμο.

### Η ευρωπαϊκή οργάνωση της LIMRA (EUROPEAN REGION)

Η ευρωπαϊκή οργάνωση της LIMRA ιδρύθηκε το 1976. Στόχος και σκοπός της

LIMRA Ευρώπης είναι να ενώνει την ευρωπαϊκή βιομηχανία των Financial Services σε ένα πνεύμα αμοιβαίας κατανόησης και συνεργασίας επ' ωφελεία του Ευρωπαίου καταναλωτή.

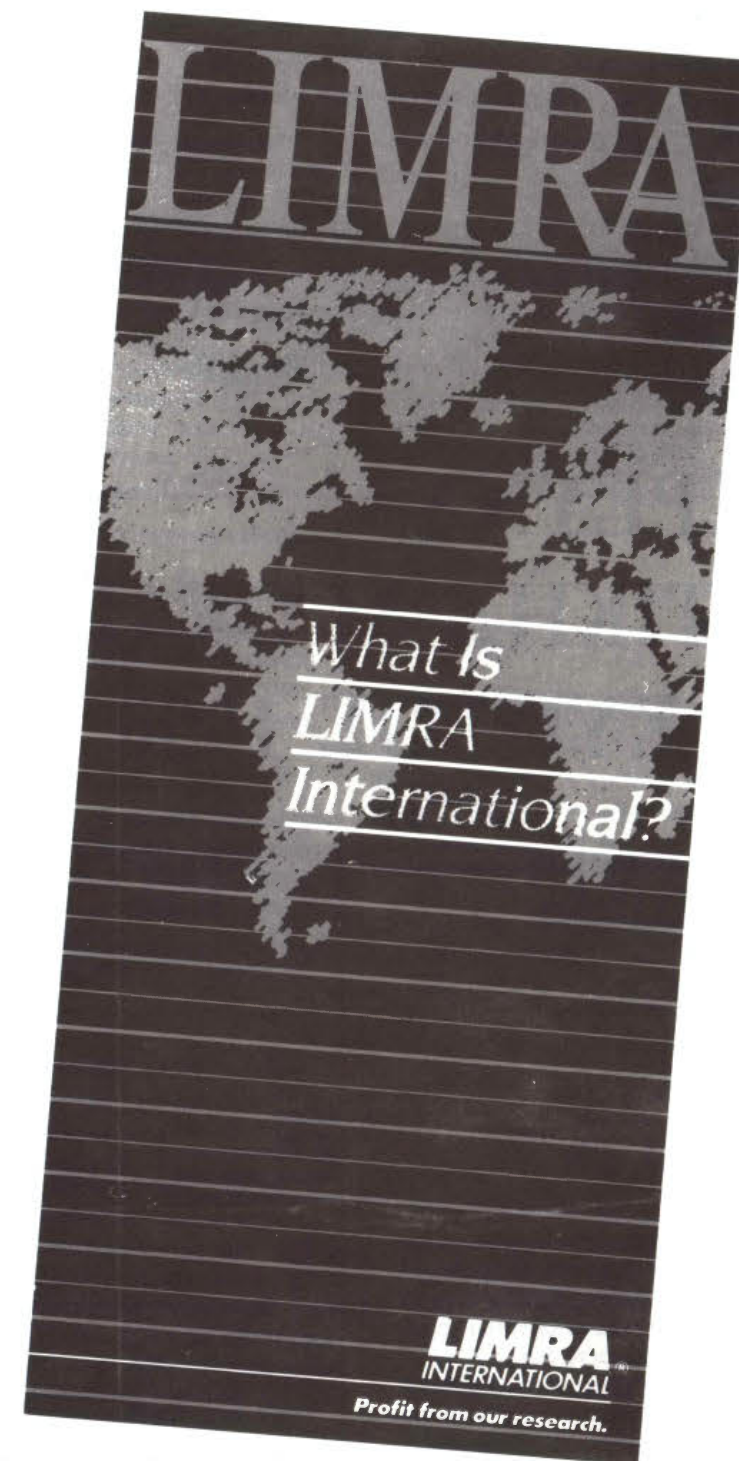
Σήμερα η ευρωπαϊκή οργάνωση της LIMRA περιλαμβάνει πλέον των 130 μελών-εταιριών που απαρτίζουν τις 7 Συμβουλευτικές Επιτροπές της περιοχής.

Αυτές είναι οι παρακάτω:

- Συμβουλευτική Επιτροπή Ηνωμένου Βασιλείου/Ιρλανδίας.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Ελλάδος/Κύπρου.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Ισραήλ.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Γαλλίας/Βελγίου.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Ισπανίας/Πορτογαλίας.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Ολλανδίας.
- Συμβουλευτική Επιτροπή Σκανδιναβίας.

Οι παρεχόμενες υπηρεσίες της ευρωπαϊκής οργάνωσης της LIMRA (LIMRA European Region) περιλαμβάνουν τα παρακάτω:

- Έρευνα για την εφαρμογή των επιστημονικών αρχών του Μάρκετινγκ, στρατολόγηση και επιλογή.
- Αναπτύσσει και παρέχει στατιστικές πληροφορίες γύρω από προϊόντα, υπη-



ρεσίες, καταναλωτές, ασφαλισμένους πελάτες, πληροφορίες για την αγορά και την αποτελεσματικότητα του Μάρκετινγκ.

- Σαν συμβουλευτικό όργανο, αναλύει τις συνθήκες της αγοράς, διακρίνει τα προβλήματα, αναπτύσσει και εισηγείται διορθωτικών λύσεων και προτάσεων.
- Σαν οργάνωση ανάπτυξεως ανθρώπινου

δυναμικού Μάντζμεντ διοργανώνει και πραγματοποιεί μια σειρά σεμιναρίων που έχουν σχεδιαστεί για να προαγάγουν και να αναπτύξουν τις ικανότητες και επιδεξιότητες των Μάντζμεντ.

- Σαν εκδοτικός οίκος, εκδίδει εκατοντάδες κείμενα και βοηθήματα πωλήσεων. (Μια σειρά εξ αυτών έχουν ήδη μετα-

φραστεί στα ελληνικά).

### Η Συμβουλευτική Επιτροπή Ελλάδος/Κύπρου

Αν και η Ελλάδα είχε ενεργό συμμετοχή στην ευρωπαϊκή οργάνωση της LIMRA από την ίδρυσή της, εν τούτοις, η Επιτροπή Ελλάδος/Κύπρου συστήθηκε στις 2 Απριλίου 1986.

Σήμερα η Επιτροπή απαρτίζεται από 23 εταιρίες μέλη και είναι η δεύτερη σε μέγεθος (αριθμός μελών) γεωγραφική Επιτροπή στην ευρωπαϊκή περιοχή (region) της LIMRA.

Σαν επακόλουθο της ανάγκης, του μεγέθους και του δυναμισμού της, ανάπτυξε έντονη δραστηριότητα. Το ενδιαφέρον της Επιτροπής εστράφη κυρίως σε δύο αναπτυξιακούς άξονες -πρώτον, στα σεμινάρια ανάπτυξεως μάντζμεντ και στις μεταφράσεις στα ελληνικά των διαφόρων εκδόσεων της LIMRA. Έτσι μέχρι σήμερα έχουν ολοκληρώσει και τα τρία επίπεδα του σεμιναρίου μάντζμεντ, γύρω στους 250 Μάντζμεντ από την Ελλάδα και την Κύπρο.

Τα σεμινάρια ανάπτυξεως μάντζμεντ της LIMRA που έχουν πραγματοποιηθεί στην Ελλάδα και Κύπρο είναι τα παρακάτω:

- Σεμινάριο Διευθύνσεως Υποκαταστήματος (ΣΑΜ) (School in Agency Management) (ΣΑΜ).
- Σεμινάριο Προχωρημένου Μάντζμεντ I (AMP I) (Advanced Management Programme I).
- Σεμινάριο Προχωρημένου Μάντζμεντ II (AMP II) (Advanced Management Programme II).
- Σεμινάριο Εκπαιδευτικών Δεξιότητων (ΤΣΣ) (Training Skills Seminar).
- Σεμινάριο Διοικήσεως και Εποπτείας Πωλήσεων (ΣΔΕΠ) (Executive Development Seminar) (EDS).
- Σεμινάριο Μάρκετινγκ Στελεχών Κεντρικών Γραφείων. (Marketing Awareness Seminar for Head Office Managers & Supervisors) (MAFMAS).

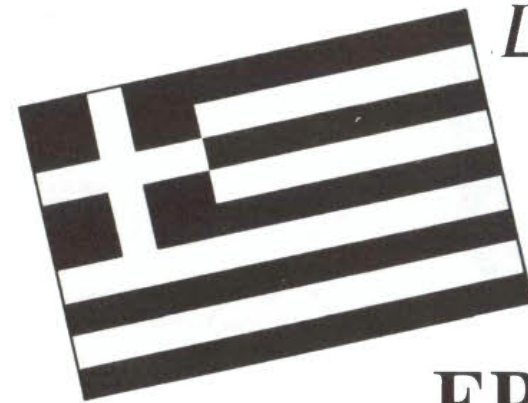
Από τις μεταφράσεις στα ελληνικά των εκδόσεων της LIMRA, έχουν κυκλοφορήσει δύο σειρές:

- Η Βιβλιοθήκη του Ασφαλιστή Ζωής. (Σειρά από 16 τεύχη).
- Η Βιβλιοθήκη Μάντζμεντ των Ασφαλειών Ζωής. (Σειρά από 16 τεύχη).

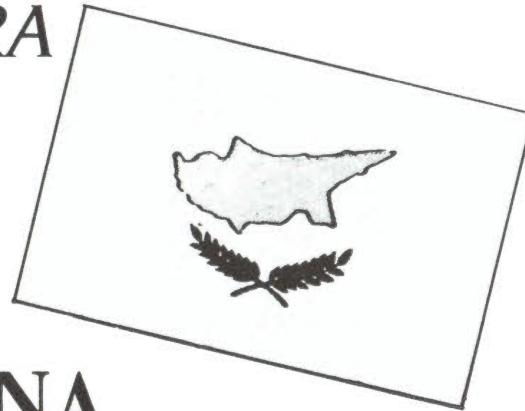
Στο επόμενο τεύχος του «ΝΑΙ» θα δημοσιεύσουμε περισσότερες ειδήσεις, τάσεις και δραστηριότητες μέσα στα πλαίσια της LIMRA στην Ευρώπη.

**Επίσης συμπεράσματα από το Πανερωπαϊκό Συνέδριο LIMRA στις Κάννες Γαλλίας που θα παρακολουθήσει και ο Ν. Πάππας.**

△□



LIMRA



## ΕΡΕΥΝΑ


# ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

# ΕΛΛΑΔΑ-ΚΥΠΡΟΣ 1990

## Διερευνώντας τη γνώμη του κοινού στην Ελλάδα

### ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ

#### I. Η αγορά ασφάλειας ζωής

 Α. Μόνο το 22% των Ελλήνων ενηλίκων έχει ατομική ασφάλεια ζωής. Το προφίλ αυτών των ασφαλισμένων δείχνει ότι οι κύριες αγορές ασφάλειας ζωής είναι άνδρες, ηλικίες 25-44 ετών, καταναλωτές εισοδηματικών επιπέδων Α-Β, και ηλικίες που έχουν τουλάχιστον τελειώσει το γυμνάσιο.

Προφίλ ατομικής ασφάλειας ζωής  
Αναλογία ενηλίκων με ασφάλεια ζωής σύμφωνα με:

**Φύλο**  
Άνδρες ..... 26%  
Γυναίκες ..... 19%

**Ηλικία**  
25-34 ..... 24%  
35-44 ετών ..... 29%  
45-60 ετών ..... 16%

#### Μορφωτικό επίπεδο

Δημοτικό ..... 10%  
Γυμνάσιο ..... 28%  
Κολλέγιο/Πανεπιστήμιο ..... 24%

#### Εισόδημα

Α-Β ..... 32%  
Γ1/Γ2 ..... 21%

Β. Οι γνώσεις του κοινού για την ασφάλεια κυρίως προέρχονται από την ιδιοκτησία γενικής ασφάλειας. Το 60% των ενηλίκων έχουν ασφάλεια αυτοκινήτου ή ασφάλεια κατοικίας ή και τα δύο.

Γ. Τέσσερις στους πέντε ασφαλισμένους, σήμερα αλλά και στο παρελθόν, αγόρασαν το ασφαλιστήριό τους από ασφαλιστές ζωής, ενώ οι υπόλοιποι το αγόρασαν άμεσα από κάποια ασφαλιστική εταιρεία, τράπεζα ή τον τόπο εργασίας τους.

Δ. Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών 85% που είχε οποιαδήποτε επαφή με τον ασφαλιστικό κλάδο θεωρεί ότι είναι αποδοτικός.

Τρεις στους τέσσερις ηλικίες είχαν θετικές εμπειρίες από την επαφή με τις

ασφαλιστικές εταιρίες ζωής και τους ασφαλιστές τους. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι σχεδόν 8 στους 10 ενήλικες που οι εμπειρίες τους από τον ασφαλιστικό κλάδο δεν ήταν ικανοποιητικές εξέφρασαν θετική άποψη όσον αφορά την αποδοτικότητά του.

#### II. Το image του κλάδου

 Α. Στην αξιολόγηση που έγινε τόσο ο ασφαλιστικός όσο και ο τραπεζικός κλάδος βαθμολογήθηκαν θετικά όσον αφορά τις δοσοληψίες τους με το κοινό. Οι τράπεζες, ωστόσο πήραν περισσότερες ευνοϊκές ψήφους από το κοινό, συγκριτικά με τον ασφαλιστικό κλάδο. Η μοναδική σημαντική εξαίρεση είναι το γεγονός ότι ένα μεγαλύτερο ποσοστό του κοινού αναγνωρίζει τον επαγγελματισμό του ανθρώπινου δυναμικού των ασφαλιστικών υποκαταστημάτων, συγκριτικά με τον επαγγελματισμό των αντιπροσώπων των τραπεζών. (Βλ. Σχήμα 1)

Β. Όταν ζητήθηκε να συγκριθεί ο κλάδος ασφάλειας ζωής με τέσσερις άλλους σημαντικούς τομείς στην Ελλάδα, το αποτέλεσμα της σύγκρισης δεν ήταν τόσο ευνοϊκό για τον κλάδο ασφάλειας ζωής. Ο τραπεζικός κλάδος, από την άλλη πλευρά,

#### Σχήμα 1

### Εντυπώσεις του κοινού για την ασφάλεια ζωής και τις τράπεζες.

#### Αναλογία ενηλίκων που συμφωνούν ότι ο οικονομικός οργανισμός:

- |  |                         |
|--|-------------------------|
| — Είναι ανθρώπινος και δείχνει κατανόηση στις δοσοληψίες του με το κοινό ασφαλιστικός κλάδος 53% | — τραπεζικός κλάδος 66% |
| — Έχει μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους ασφαλιστικός κλάδος 78%  | — τραπεζικός κλάδος 88% |
| — Είναι δίκαιος στην διαμόρφωση των τιμών ασφαλιστικός κλάδος 41%                                | — τραπεζικός κλάδος 63% |
| — Έχει καλά εκπαιδευμένους επαγγελματίες αντιπροσώπους ασφαλιστικός κλάδος 72%                   | — τραπεζικός κλάδος 62% |
| — Παρέχει σαφείς, απλές εξηγήσεις για τις υπηρεσίες που προσφέρει ασφαλιστικός κλάδος 56%        | — τραπεζικός κλάδος 66% |

συνέχισε να κρίνεται ευνοϊκά σε σχέση με τους άλλους κλάδους.

#### Εντυπώσεις του κοινού από πέντε σημαντικούς τομείς στην Ελλάδα

Ποσοστό ερωτηθέντων που επέλεξαν τον κλάδο για τον οποίο πιστεύουν ότι:

#### 1. Έχει το χαμηλότερο ποσοστό κέρδους

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Δεν γνωρίζουν | = 29% |
| — Διαφήμιση     | = 10% |
| — Ασφάλεια ζωής | = 10% |
| — Τράπεζες      | = 7%  |
| — Κατασκευές    | = 28% |
| — Τουρισμός     | = 16% |

#### 2. Ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες του κοινού

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Δεν γνωρίζουν | = 7%  |
| — Διαφήμιση     | = 1%  |
| — Ασφάλεια ζωής | = 4%  |
| — Τράπεζες      | = 70% |
| — Κατασκευές    | = 7%  |
| — Τουρισμός     | = 11% |

#### 3. Είναι ιδιαίτερα σημαντικός για το βιοτικό τους επίπεδο.

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Δεν γνωρίζουν | = 6%  |
| — Διαφήμιση     | = 2%  |
| — Ασφάλεια ζωής | = 8%  |
| — Τράπεζες      | = 27% |
| — Κατασκευές    | = 32% |
| — Τουρισμός     | = 25% |

#### 4. Συμβάλλει τα μέγιστα στην εθνική οικονομία

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Δεν γνωρίζουν | = 3%  |
| — Διαφήμιση     | = 1%  |
| — Ασφάλεια ζωής | = 8%  |
| — Τράπεζες      | = 37% |
| — Κατασκευές    | = 7%  |
| — Τουρισμός     | = 52% |

#### 5. Οι δοσοληψίες του με το κοινό είναι έντιμες.

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Δεν γνωρίζουν | = 10% |
|-----------------|-------|

- |                 |       |
|-----------------|-------|
| — Διαφήμιση     | = 3%  |
| — Ασφάλεια ζωής | = 14% |
| — Τράπεζες      | = 58% |
| — Κατασκευές    | = 7%  |
| — Τουρισμός     | = 8%  |

#### III. Επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής



Α. Σχεδόν δύο στους τρεις ενήλικες συμφωνούν ότι ένας παράγοντας που επηρεάζει την επιλογή της εταιρίας που θα τους προσφέρει την κάλυψη της ασφάλειας ζωής είναι το όνομα της εταιρίας. Σε μικρότερο βαθμό, άλλοι παράγοντες είναι η ποσότητα κάλυψης που προσφέρει η εταιρία, το ασφάλιστρο, η οικειότητα με τον ασφαλι-

#### Σχήμα 2

### Η επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής.

#### Ποσοστό ενηλίκων που πιστεύουν ότι είναι:

Χαρακτηριστικό του ασφαλιστή.	Πολύ σημαντικό	Κάπως σημαντικό
Να φαίνεται ότι ο ασφαλιστής ενδιαφέρεται να βοηθήσει τον πελάτη να επιλέξει το καλύτερο ασφαλιστήριο για τις ανάγκες του/της. Να αποφεύγει ο ασφαλιστής, να πιέζει για να πουλήσει το ασφαλιστήριο.	81,4%	17,3%
Να πιστεύει ο πελάτης ότι ο ασφαλιστής του θα τον επισκεφθεί για επανεξέταση του ασφαλιστηρίου μια φορά, περίπου το χρόνο. Να μπορεί ο ασφαλιστής να προσφέρει και άλλα είδη ασφάλειας. Να είναι άνδρας ο ασφαλιστής. Να είναι γνωστός του ο ασφαλιστής.	77,5%	19,9%
	62,2%	34,5%
	39,7%	37,8%
	6,8%	12,1%
	39,4%	13,0%

στή, και εάν η εταιρία είναι ξένη ή όχι.  
Β. Όταν ερωτήθηκαν για τη σημασία ορισμένων χαρακτηριστικών των ασφαλιστών για την επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής οι ερωτώμενοι συμφώνησαν ότι τα πιο σημαντικά χαρακτηριστικά των ασφαλιστών είναι να εξυπηρετούν τα συμφέροντα των πελατών, να αποφεύγουν την άσκηση πίεσης για να πουλήσουν, και να κάνουν μια επίσημη ανασκόπηση του ασφαλιστηρίου. (Βλ. Σχήμα 2)

#### IV. Επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής

Α. Σχεδόν οι μισοί ενήλικες 48% θεωρούν την ποιότητα της ασφαλιστικής εταιρίας σαν το πιο σημαντικό κριτήριο όταν αγοράζουν ασφάλεια ζωής. Ποσοστό 41% θεωρούν ότι η ποιότητα του ασφαλιστηρίου ζωής είναι το πιο σημαντικό κριτήριο. Αξίζει να σημειωθεί ότι μόνο 11% των ενηλίκων θεωρούν ότι η ποιότητα του ασφαλιστή ή το ασφάλιστρο είναι τα πιο σημαντικά κριτήρια για την αγορά.

Β. Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες πιστεύουν ότι είναι καλή ιδέα να αγοράζουν όλες τις ασφάλειες τους από την ίδια εταιρία.

#### Δοσοληψίες με μια ή περισσότερες ασφαλιστικές εταιρίες

Μια εταιρία	54%
Διάφορες εταιρίες	28%
Καμία προτίμηση	18%



Του Κ. Μητρόπουλου από τα «ΝΕΑ»

**V. Ο ασφαλιστής και ο πελάτης**



**A. Προσωπική εμπειρία του πελάτη**

1. Δύο στους πέντε ενήλικες δεν συναλλάσσονται με κανένα ασφαλιστή επί του παρόντος. Η συντριπτική πλειοψηφία 83% των υπολοίπων ενηλίκων συναλλάσσεται με έναν ασφαλιστή.

2. Τρεις περίπου στους δέκα κατόχους ζωής 28% δεν θεωρούν κανένα ασφαλιστή σαν προσωπικό τους ασφαλιστή.

Είναι ενδιαφέρον να σημειωθεί ότι η αναλογία «ορφανών» ασφαλισμένων αυξάνεται σε σχέση με την ηλικία τους, δηλαδή υπάρχουν περισσότερα «ορφανά» σύμβολα στις μεγαλύτερες ηλικίες.

Ενδεχομένως αυτό οφείλεται στην εναλλαγή των ασφαλιστών. Από την άλλη πλευρά, τα ποσοστά «ορφανών» ασφαλισμένων μειώνονται στα υψηλότερα μορφωτικά και εισοδηματικά επίπεδα. Αυτό μπορεί να οφείλεται και στη εναλλαγή των ασφαλιστών και στο σέρβις (εξυπηρέτηση) που προσφέρουν οι ασφαλιστές.

**Προσωπικοί ασφαλιστές ζωής**

Κάτοχοι ασφάλειας ζωής που δεν έχουν προσωπικό ασφαλιστή

<b>Ηλικία</b>	
25-34 ετών	17%
35-44 ετών	22%
45-60 ετών	50%

<b>Φύλο</b>	
Άνδρες	24%
Γυναίκες	32%

<b>Εισόδημα</b>	
A-B	17%
Γ1/Γ2	30%

**Μορφωτικό Επίπεδο**

Δημοτικό ή Γυμνάσιο	31%
Πανεπιστήμιο	14%

3. Δύο στους τρεις ασφαλισμένους που έχουν προσωπικό ασφαλιστή ζωής έρχονται σε επαφή με τον ασφαλιστή ζωής για να τον συμβουλευθεί για θέματα οικονομικά, ανεξάρτητα από την ασφάλεια ζωής.

4. Δύο στους τρεις κατόχους ασφάλειας ζωής συμφωνούν ότι οι συμβουλές και οι πληροφορίες που έδωσαν οι ασφαλιστές όταν αγόρασαν το ασφαλιστήριο, ήταν πολύ χρήσιμες. Ποσοστό 25% είπε ότι οι συμβουλές ήταν κάπως χρήσιμες.

5. Η πλειοψηφία των κατόχων ασφάλειας ζωής δίνει καλούς βαθμούς στους ασφαλιστές για τη φροντίδα που έδειξαν για τις ασφαλιστικές τους ανάγκες. Οκτώ στους δέκα βαθμολογούν την απόδοση των ασφαλιστών τους σαν καλή ή άριστη σε αυτόν τον τομέα.

6. Όταν ετέθη σε όλους το ερώτημα πόσο συχνά συναντούν έναν ασφαλιστή ζωής για να συζητήσουν θέματα ασφάλειας ζωής, 41% απάντησε «ποτέ». Από εκείνους που συζητούν θέματα ασφάλειας ζωής με έναν ασφαλιστή τρεις στους πέντε το κάνουν αυτό μια φορά το χρόνο, ενώ 14% κάθε δύο χρόνια.

**B. Χαρακτηριστική εικόνα του ασφαλιστή**

Η μελέτη τώρα στρέφεται από την προσωπική εμπειρία στη γνώμη για τον χαρακτηριστικό ασφαλιστή ζωής όπως αυτός θεωρείται από τους ενήλικες.

1. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να πουν τη γνώμη τους για την ειλικρίνεια και το ήθος 15 επαγγελματικών ομάδων βαθμολογώντας της κάθε μία σύμφωνα με την

παρακάτω κλίμακα:

<b>ΒΑΘΜΟΣ</b>	<b>=</b>	<b>ΕΠΙΠΕΔΟ</b>
5	=	Υψηλό
4	=	Υψηλό
3	=	Μέτριο
2	=	Χαμηλό
1	=	Πολύ χαμηλό

Οι ασφαλιστές ζωής παίρνουν καλούς βαθμούς σε σχέση με την ειλικρίνεια και το ήθος — μια μέση βαθμολογία 3,14 πάνω από το μέτριο - και κατέχουν την 6η θέση μεταξύ των 15 επαγγελματικών ομάδων.

**Γνώμη των καταναλωτών για την ειλικρίνεια και το ήθος των επαγγελματικών ομάδων**

<b>ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ</b>	<b>ΜΕΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ</b>
Φαρμακοποιοί	3,88
Αρχιτέκτονες	3,78
Λογιστές	3,63
Δάσκαλοι	3,53
Τραπεζικοί	3,49
Ασφαλιστές	3,14
Γιατροί	3,10
Δημοσιογράφοι	3,08
Δημόσιοι υπάλληλοι	3,03
Αστυνομικοί	2,99
Δικηγόροι	2,74
Συνδικαλιστικά στελέχη	2,66
Στελέχη εταιρειών	2,62
Εργολάβοι	2,50
Κτηματομεσίτες	2,37

2.B. Οι ασφαλιστές παίρνουν μέτριους βαθμούς για την ποιότητα του σέρβις που προσφέρουν. Η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση 17 επαγγελματικών ομάδων ή κλάδων είναι:

<b>ΒΑΘΜΟΣ</b>	<b>=</b>	<b>ΕΠΙΠΕΔΟ</b>
5	=	Άριστο
4	=	Καλό
3	=	Μέτριο
2	=	Κακό
1	=	Πολύ κακό

Οι ασφαλιστές έχουν μέση βαθμολογία 3,32 για την ποιότητα του σέρβις, υψηλότερη δηλαδή από το «μέτριο» που ωστόσο απέχει από το «καλό». Από τις 17 ομάδες επαγγελματιών ή κλάδων οι ασφαλιστές κατέχουν τη μεσαία, 8η θέση.

**Γνώμη των καταναλωτών για την ποιότητα του σέρβις που προσφέρεται από τις ομάδες επαγγελματιών ή κλάδων**

<b>ΟΜΑΔΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ / ΚΛΑΔΩΝ</b>	<b>ΜΕΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ</b>
Κουρείς	3,92
Τράπεζες	3,59



Ταξιδιωτικοί πράκτορες	3,58
Γιατροί	3,52
Ταχυδρομείο	3,52
Ηλεκτρολόγοι	3,49
Ξενοδοχεία	3,46
Ασφαλιστές	3,32
Ιδιωτικά νοσοκομεία	3,31
Σιδηρόδρομοι (ΟΣΕ)	3,21
Δικηγόροι	3,15
Συνεργεία αυτοκινήτων	2,90
Κτηματομεσίτες	2,82
Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών (ΟΤΕ)	2,64
Αστικές Συγκοινωνίες	2,58
Ταξί	2,55
Δημόσια νοσοκομεία	2,54

Η πλειοψηφία των κατόχων ασφάλειας ζωής 66% συμφωνούν ότι ο προσωπικός τους ασφαλιστής τους έδωσε πολύ χρήσιμες πληροφορίες και συμβουλές όταν αγόραζαν. Όταν όμως ερωτήθηκαν όλοι οι ενήλικες σε σχέση με τη χρησιμότητα των συμβουλών που δίνουν οι ασφαλιστές ζωής για την επιλογή του καλύτερου ασφαλιστηρίου, μόνον 28% συμφώνησε ότι ήταν πολύ χρήσιμες. Ποσοστό 51% είπε ότι ο ασφαλιστής βοήθησε κάπως.

4. Όμοιες συγκρίσεις μπορούν να γίνουν βαθμολογώντας τους ασφαλιστές σε σχέση με την ικανότητά τους.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ**

Κάτοχοι ασφάλειας ζωής	
Ποσοστό ασφαλισμένων που συμφωνούν ότι ο προσωπικός ασφαλιστής κάνει:	
Άριστη δουλειά =	52%
Καλή δουλειά =	23%

Όλοι οι ερωτώμενοι Ποσοστό ενηλίκων που συμφωνούν ότι οι ασφαλιστές είναι:

Πολύ ικανοί =	26%
Κάπως ικανοί =	59%

5. Περίπου 2/3 των ενηλίκων 64% συμφωνούν ότι ένα από τα σημαντικά προβλήματα του κλάδου είναι ότι οι ασφαλιστές ζωής προσπαθούν να πουλήσουν στους καταναλωτές ασφάλεια που αυτοί δεν χρειάζονται.

Ένα ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό ενηλίκων καταναλωτών 78% συμφωνούν ότι ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα είναι ότι οι ασφαλιστές ζωής δεν λένε όλη την αλήθεια για το προϊόν που πουλάνε.

Και μάλιστα σημειώνονται παρακάτω οι εντυπώσεις των καταναλωτών για τον χαρακτηριστικό ασφαλιστή ζωής.

**Προσωπικές απόψεις για τους ασφαλιστές ζωής**

Ποσοστό ενηλίκων που συμφωνούν ότι ο χαρακτηριστικός τύπος ασφαλιστή είναι:	
Πεπειραμένος	64%
Πονηρός	49%
Πειστικός	46%
Επιθετικός	38%
Ειλικρινής	31%
Παραπλανητικός	29%
Αξίопιστος	24%
Ευαίσθητος	5%
Ανέντιμος	1%

**Γ. Προτιμήσεις/γνώμες πελατών.**

1. Τα 2/3 των πελατών προτιμούν να

συναλλάσσονται με έναν πλήρους απασχόλησης ασφαλιστή. Ωστόσο, 3 στους 10 ενήλικες δεν επηρεάζονται όταν επιλέγουν ασφαλιστή, από το εάν αυτός είναι πλήρους ή μερικής απασχόλησης.

2. Τουλάχιστον 2 στους 5 ενήλικες προτιμούν να συναλλάσσονται με έναν ασφαλιστή που πουλάει όλα τα είδη ασφάλειας (ζωής, υγείας, αυτοκινήτου, πυρός κ.λπ.). Το ίδιο όμως περίπου ποσοστό ενηλίκων δεν ενδιαφέρονται εάν ο ασφαλιστής πουλάει μόνο ασφάλεια ζωής και υγείας ή όλα τα είδη των ασφαλειών.

3. Όταν ετέθη το ερώτημα πόσο συχνά θα ήθελαν να βλέπουν έναν ασφαλιστή για να συζητούν μαζί του θέματα ασφάλειας ζωής η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε «μόνον όταν το ζητάω εγώ».

**Προτιμήσεις σε σχέση με τη συχνότητα συναντήσεων με ασφαλιστή ζωής**

Ποσοστό ενηλίκων που θα ήθελε να συναντήσει έναν ασφαλιστή για να συζητήσει θέματα ασφάλειας ζωής.

Περισσότερο από 1 φορά το χρόνο	26%
Μόνον όταν το ζητώ εγώ	66%
1 φορά κάθε δύο χρόνια	4%
Λιγότερο συχνά	4%

Η απάντηση διαφέρει σημαντικά μεταξύ αυτών που ήδη είναι κάτοχοι ασφάλειας ζωής. Ποσοστό 54% αυτών των ασφαλισμένων θα προτιμούσε να συναντά έναν ασφαλιστή περισσότερες από μια φορά το χρόνο για να συζητήσουν θέματα ασφάλειας ζωής.

4. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να βαθμολογήσουν τη σημασία ορισμένων χαρακτηριστικών των ασφαλιστών γενικά. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι συγκρίσεις τιμών βρίσκονται στο κάτω μέρος της λίστας από πλευράς προτεραιότητας.

**Σημασία ορισμένων χαρακτηριστικών των ασφαλιστών**

Ποσοστό ενηλίκων που πιστεύουν ότι είναι πολύ ή κάπως σημαντικό ο χαρακτηριστικός τύπος ασφαλιστή να:

\* Εξηγεί όλες τις λεπτομέρειες του ασφαλιστηρίου ζωής καθώς και τα «ψιλά γράμματα».

Πολύ σημαντικό	90%
Κάπως σημαντικό	8%

\* Δείχνει ευαισθησία για τις ανάγκες και τα προβλήματα του πελάτη.

Πολύ σημαντικό ..... 72%

Κάπως σημαντικό ..... 22%

\* Διατηρεί επαφή με τον πελάτη αφού έχει γίνει η πώληση.

Πολύ σημαντικό ..... 66%

Κάπως σημαντικό ..... 28%

\* Συμβουλεύει τον πελάτη για όλες τις πλευρές του οικονομικού προγραμματισμού.

Πολύ σημαντικό ..... 66%

Κάπως σημαντικό ..... 23%

\* Θεωρεί όλες τις πληροφορίες που δίνει ο πελάτης απόρρητες.

Πολύ σημαντικό ..... 63%

Κάπως σημαντικό ..... 19%

\* Παρέχει συγκρίσεις κόστους με όμοια ασφαλιστήρια άλλων ασφαλιστικών εταιρειών.

Πολύ σημαντικό ..... 30%

Κάπως σημαντικό ..... 39%

**VI. ΠΕΡΙΛΗΨΗ**



Οι Έλληνες ενήλικες δίνουν στον ασφαλιστικό κλάδο καλούς βαθμούς για τις δοσοληψίες του με το κοινό. Όταν όμως συγκρίνεται με 4 άλλους σημαντικούς κλάδους στην Ελλάδα, υπερτερούν οι άλλοι 3 και ιδιαίτερα ο τραπεζικός.

Υπάρχει σημαντική διαφορά απόψεων σε σχέση με τον ασφαλιστή ζωής, μεταξύ

των ασφαλισμένων και του γενικού πληθυσμού. Οι ασφαλισμένοι συμφωνούν ότι ο προσωπικός τους ασφαλιστής ζωής έχει πολύ θετικά χαρακτηριστικά. Από την άλλη πλευρά οι περισσότεροι ενήλικες θεωρούν τον χαρακτηριστικό τύπο ασφαλιστή ζωής σαν ένα κάπως ανεπιθύμητο τύπο, κάποιον που θα έπρεπε, εάν είναι δυνατόν, να αποφεύγεις.

Σύμφωνα με αυτή τη μελέτη το 22% μόνο των ενήλικων στην Ελλάδα έχουν προσωπική ασφάλεια ζωής. Ενδεχομένως, η εικόνα του χαρακτηριστικού τύπου ασφαλιστή ζωής ή η συγκριτική αξιολόγηση του ασφαλιστικού κλάδου θα αναβαθμιστεί όταν υπάρξει αύξηση της αγοράς ασφάλειας ζωής στον ενήλικο πληθυσμό.

**Διερευνώντας τη γνώμη του κοινού στην Κύπρο**

**ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗ**

**I. Η αγορά ασφάλειας ζωής**



A. Ένα από τα υψηλότερα ποσοστά προσωπικής ασφάλειας ζωής παρατηρείται στην Κύπρο όπου σχεδόν 2 στους 3 ενήλικες είναι ασφαλισμένοι. Το προφίλ των ασφαλισμένων αυτών δείχνει ότι οι κύριες αγορές ασφάλειας ζωής είναι άνδρες, νεαροί ενήλικες 35-44 ετών, ενήλικες με εισόδημα A-B και καταναλωτές με πτυχία τριτοβάθμιας εκπαίδευσης, κολλεγίων ή πανεπιστημίων.

Προφίλ ατομικής ασφάλειας ζωής  
Αναλογία ενήλικων με ασφάλεια ζωής σύμφωνα με:

**Φύλο**  
Άνδρες ..... 69%

Γυναίκες ..... 53%

**Ηλικία**  
25-34 ετών ..... 56%

35-44 ετών ..... 68%

45-60 ετών ..... 61%

**Μορφωτικό επίπεδο**  
Δημοτικό ή γυμνάσιο ..... 59%

Κολλέγια/Πανεπιστήμιο ..... 68%

**Εισόδημα**  
A-B ..... 79%

Γ1/Γ2 ..... 55%

B. Τουλάχιστον 9 στους 10 ενήλικες έχουν ασφάλεια αυτοκινήτου ή κατοικίας ή και τα δύο. Περίπου 2 στους 3 έχουν και ασφάλεια ζωής και γενική ασφάλεια. Η πλειοψηφία αυτών των πολλαπλά ασφαλισμένων (83%) αγόρασαν τα ασφαλιστήρια τους από διάφορες εταιρίες αντί από μία μόνο.

Γ. Το 50% των ασφαλισμένων σήμερα αλλά και στο παρελθόν αγόρασαν την προσωπική ασφάλεια ζωής από ασφαλιστές ζωής. Οι υπόλοιποι αγόρασαν την ασφάλεια κυρίως μέσω τραπεζών, ασφαλιστικών εταιρειών, ή τον τόπο εργασίας τους.

Η διατηρησιμότητα των προσωπικών αυτών ασφαλειών είναι συνήθως υψηλή - 98% γι' αυτές που αγοράστηκαν μέσω ασφαλιστή και 86% γι' αυτές που αγοράστηκαν με άλλους τρόπους.

Δ. Η συντριπτική πλειοψηφία των καταναλωτών 89% που έχουν έρθει σε επαφή με τον ασφαλιστικό κλάδο τον βρίσκουν αποδοτικό. Ένα περίπου ίσο ποσοστό 83% είχαν ικανοποιητικές δοσοληψίες με τον κλάδο. Μεταξύ αυτών που δεν είχαν ικανοποιητικές δοσοληψίες 8 στους 10 συνεχίζουν να συμφωνούν ότι οι εταιρίες και/η οι ασφαλιστές είναι ικανοί



**II. Η εικόνα του κλάδου**



A. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να «συμφωνήσουν» ή να «διαφωνήσουν» με πέντε περιγραφές που έχουν να κάνουν με ορισμένα χαρακτηριστικά εταιριών ασφάλειας ζωής και τραπεζών. Το παρακάτω διάγραμμα δείχνει ότι οι απόψεις για το τραπεζικό τομέα είναι θετικές σε μεγαλύτερο ποσοστό απ' ό,τι για τον ασφαλιστικό. (Βλ. Σχήμα 1)

Υπάρχουν δύο συγκεκριμένοι τομείς που θα έπρεπε να μελετήσει ο ασφαλιστι-

**Σχήμα 1**

**Εντυπώσεις του κοινού για την ασφάλεια ζωής και τις τράπεζες.**

**Αναλογία ενήλικων που συμφωνούν ότι ο οικονομικός οργανισμός:**

— Είναι ανθρώπινος και δείχνει κατανόηση στις δοσοληψίες του με το κοινό

ασφαλιστικός κλάδος 61% τραπεζικός κλάδος 75%

Έχει μεγαλύτερο ποσοστό κέρδους ασφαλιστικός κλάδος 90% τραπεζικός κλάδος 97%

Είναι δίκαιος στην διαμόρφωση των τιμών ασφαλιστικός κλάδος 41% τραπεζικός κλάδος 58%

Έχει καλά εκπαιδευμένους επαγγελματίες αντιπροσώπων ασφαλιστικός κλάδος 80% τραπεζικός κλάδος 94%

Παρέχει σαφείς, απλές εξηγήσεις για τις υπηρεσίες που προσφέρει ασφαλιστικός κλάδος 45% τραπεζικός κλάδος 82%

κός κλάδος. Ο ένας είναι να βρει τρόπο να πληροφορήσει το κοινό πώς υπολογίζονται τα ασφάλιστρα, και ο άλλος να βρει έναν απλό τρόπο για να εξηγήσει τις υπηρεσίες που προσφέρει.

B. Όταν ζητήθηκε η σύγκριση του κλάδου ασφάλειας ζωής με τέσσερις άλλους σημαντικούς κλάδους στην Κύπρο το αποτέλεσμα δεν ήταν πολύ ευνοϊκό για τον κλάδο ασφάλειας ζωής. Ο τραπεζικός κλάδος, από την άλλη πλευρά, συνέχισε να κρίνεται ευνοϊκά σε σχέση με τους άλλους κλάδους.

**Εντυπώσεις του κοινού από πέντε σημαντικούς τομείς στην Κύπρο**

Ποσοστό ερωτηθέντων που επέλεξαν τον κλάδο για τον οποίο πιστεύουν ότι:

**1. Έχει το χαμηλότερο ποσοστό κέρδους**

— Δεν γνωρίζουν = 7%

— Διαφήμιση = 51%

— Ασφάλεια ζωής = 8%

— Τράπεζες = 5%

— Κατασκευές = 24%

— Τουρισμός = 5%

**2. Ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες του κοινού**

— Ασφάλεια ζωής = 14%

— Τράπεζες = 51%

— Κατασκευές = 5%

— Τουρισμός = 30%

**3. Είναι ιδιαίτερα σημαντικός για το βιοτικό τους επίπεδο.**

— Δεν γνωρίζουν = 3%

— Ασφάλεια ζωής = 4%

— Τράπεζες = 33%

— Κατασκευές = 7%

— Τουρισμός = 53%

**4. Συμβάλλει τα μέγιστα στην εθνική οικονομία**

— Δεν γνωρίζουν = 1%

— Διαφήμιση = 1%

— Τράπεζες = 10%

— Τουρισμός = 88%

**5. Οι δοσοληψίες του με το κοινό είναι έντιμες.**

— Δεν γνωρίζουν = 1%

— Διαφήμιση = 1%

— Ασφάλεια ζωής = 9%

— Τράπεζες = 73%

— Κατασκευές = 4%

— Τουρισμός = 12%

**III. Επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής**



A. Σύμφωνα με τα 2/3 των ενήλικων δύο σημαντικά κριτήρια υπάρχουν στην επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής και αυτά είναι η

**Σχήμα 2**

**Η επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής.**

**Ποσοστό ενήλικων που πιστεύουν ότι είναι:**

Χαρακτηριστικό του ασφαλιστή	Πολύ σημαντικό	Κάπως σημαντικό
Να φαίνεται ότι ο ασφαλιστής ενδιαφέρεται να βοηθήσει τον πελάτη να επιλέξει το καλύτερο ασφαλιστήριο για τις ανάγκες του/της.	78,0%	19,0%
Να αποφεύγει ο ασφαλιστής, να πιέζει για να πουλήσει το ασφαλιστήριο.	71,0%	20,0%
Να πιστεύει ο πελάτης ότι ο ασφαλιστής του θα επιστρέφει για επανεξέταση του ασφαλιστηρίου μια φορά, περίπου το χρόνο.	47,0%	38,0%
Να μπορεί ο ασφαλιστής να προσφέρει και άλλα είδη ασφάλειας.	24,0%	43,0%
Να είναι άνδρας ο ασφαλιστής.	4,0%	6,0%
Να είναι γνωστός τους ο ασφαλιστής.	32,0%	28,0%

ποσότητα κάλυψης που προσφέρεται και το όνομα της εταιρίας. Τουλάχιστον οι μισοί από τους ερωτηθέντες αναφέρουν και το ασφάλιστρο σαν σημαντικό παράγοντα όταν επιλέγουν εταιρία ασφάλειας ζωής.

Άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν σε μικρότερο βαθμό την επιλογή είναι πόσο γνωρίζουν την εταιρία και/ή τον ασφαλιστή καθώς και οι προηγούμενες εμπειρίες.

B. Όταν ερωτήθηκαν για τη σημασία ορισμένων χαρακτηριστικών των ασφαλιστών για την επιλογή εταιρείας ασφάλειας ζωής, συμφώνησαν ότι τα δύο πιο σημαντικά χαρακτηριστικά είναι η καλύτερη δυνατή εξυπηρέτηση των συμφερόντων του πελάτη, καθώς επίσης και να μην ασκεί πίεση για να πουλήσει. (Βλ. Σχήμα 2)

**IV. Επιλογή εταιρίας ασφάλειας ζωής**



A. Όταν αγοράζουν ασφάλεια ζωής, 44% των ενήλικων θεωρούν την ποιότητα του ασφα-

λιστηρίου σαν το πιο σημαντικό κριτήριο, 41% πιστεύει ότι η ποιότητα της εταιρίας είναι το πιο σημαντικό. Λιγότερο από 10% θεωρεί την ποιότητα του ασφαλιστή ή το ασφάλιστρο σαν τους πιο σημαντικούς παράγοντες.

B. Οι μισοί από τους ερωτηθέντες πιστεύουν ότι είναι καλή ιδέα να αγοράζουν όλες τις ασφάλειές τους από την ίδια εταιρία.

**Δοσοληψίες με μια ή περισσότερες ασφαλιστικές εταιρίες**

Ποσοστό ενηλίκων που προτιμούν να συναλλάσσονται με:

Μια εταιρία	52%
Διάφορες εταιρίες	36%
Καμία προτίμηση	12%

**V. Ο ασφαλιστής και ο πελάτης**



**A. Προσωπική εμπειρία του πελάτη.**

1. Η πλειοψηφία των κατόχων ασφάλειας ζωής 56% έχει χρησιμοποιήσει δύο διαφορετικούς ασφαλιστές για την κάλυψη των ασφαλιστικών αναγκών. Από την άλλη πλευρά, η πλειοψηφία των ενηλίκων που δεν έχουν ασφάλεια ζωής 68% χρησιμοποίησαν έναν μόνο ασφαλιστή για την κάλυψη των ασφαλιστικών τους αναγκών.

2. Τρεις στους πέντε ασφαλισμένους περίπου 57% δεν έχουν ασφαλιστή ζωής που να τον θεωρούν «δικό» τους. Ακόμη και εάν περιοριστούμε στους ασφαλισμένους που αγόρασαν τα ασφαλιστήρια τους από ασφαλιστές ζωής οι μισοί σχεδόν 46% δεν έχουν ένα ασφαλιστή ζωής που να τον θεωρούν τον προσωπικό τους ασφαλιστή.

3. Από αυτούς που έχουν ασφάλεια ζωής και προσωπικό ασφαλιστή, η πλειοψηφία 70% επικοινωνούν με τον ασφαλιστή αυτόν για να του ζητήσουν πληροφορίες και συμβουλές σε σχέση με άλλα είδη ασφάλειας. Ωστόσο, μόνο ένας στους επτά έρχεται σε επαφή με τον ασφαλιστή του/της για να πάρει συμβουλές ή πληροφορίες για οικονομικά θέματα άλλα από την ασφάλεια ζωής.

4. Σχεδόν τα 2/3 των κατόχων ασφάλειας ζωής συμφωνούν ότι οι πληροφορίες και οι συμβουλές που τους δίνουν οι ασφαλιστές τους όταν αγοράζουν την ασφάλεια είναι πολύ χρήσιμες. Το υπόλοιπο 1/3 αναφέρει ότι οι συμβουλές αυτές είναι κάπως χρήσιμες.

5. Η πλειοψηφία των κατόχων ασφάλειας ζωής 59% δίνουν άριστη βαθμολογία στους ασφαλιστές τους για το ενδιαφέρον που έδειξαν για τις ασφαλιστικές τους ανάγκες, 22% βαθμολογεί την επίδοση των ασφαλιστών σαν καλή.

6. Στην ερώτηση πόσο συχνά συναντάνε έναν ασφαλιστή ζωής για να συζητήσουν θέματα σχετικά με την ασφάλεια ζωής 18% των ερωτηθέντων απάντησαν «ποτέ». Από εκείνους που συζητούν θέματα ασφάλειας ζωής με έναν ασφαλιστή οι μισοί το

κάνουν αυτό περισσότερες από μία φορές το χρόνο, και ένας στους έξι μια φορά στα δύο χρόνια.

**B. Χαρακτηριστική εικόνα του ασφαλιστή**

Ενώ στο προηγούμενο τμήμα η μελέτη μας ασχολήθηκε με τις προσωπικές εμπειρίες των πελατών σε σχέση με τους ασφαλιστές, τώρα θα στραφεί στις απόψεις τους για τον χαρακτηριστικό τύπο του ασφαλιστή ζωής.

1. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να πουν τη γνώμη τους για την ειλικρίνεια και το ήθος 15 επαγγελματικών ομάδων βαθμολογώντας την κάθε μία σύμφωνα με την παρακάτω κλίμακα:

ΒΑΘΜΟΣ	=	ΕΠΙΠΕΔΟ
5	=	Πολύ υψηλό
4	=	Πολύ υψηλό
3	=	Μέτριο
2	=	Χαμηλό
1	=	Πολύ χαμηλό

Οι ασφαλιστές ζωής παίρνουν αρκετά καλούς βαθμούς σε σχέση με την ειλικρίνεια και το ήθος. Η μέση βαθμολογία τους 3,20 είναι λίγο πάνω από το μέσο όρο σε αυτή την κλίμακα, παραμένουν ωστόσο σε επίπεδο χαμηλότερο του μέσου όρου σε σύγκριση με τους άλλους 14 τομείς.

**Γνώμη των καταναλωτών για την ειλικρίνεια και το ήθος των επαγγελματικών ομάδων**

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΟΜΑΔΕΣ	ΜΕΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
Τραπεζικοί	3,98
Φαρμακοποιοί	3,83
Γιατροί	3,73
Λογιστές	3,68
Αρχιτέκτοντες	3,51
Δάσκαλοι	3,45
Αστυνομικοί	3,23
Δημοσιογράφοι	3,23
Ασφαλιστές	3,20
Συνδικαλιστικά στελέχη	3,17
Δημόσιοι υπάλληλοι	3,12
Δικηγόροι	2,94
Στελέχη εταιριών	2,90
Εργολάβοι	2,84
Κτηματομεσίτες	2,58

2. Οι βαθμοί που παίρνουν οι ασφαλιστές βρίσκονται μεταξύ του «μέτριου» και του «καλού» όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Η κλίμακα που χρησιμοποιήθηκε για την αξιολόγηση 16 επαγγελματικών ομάδων ή

κλάδων είναι:	ΒΑΘΜΟΣ	=	ΕΠΙΠΕΔΟ
	5	=	Άριστο
	4	=	Καλό
	3	=	Μέτριο
	2	=	Κακό
	1	=	Πολύ κακό

Η μέση βαθμολογία των ασφαλιστών για την ποιότητα των υπηρεσιών που προσφέρουν είναι 3,64 πλησιάζει δηλαδή το «καλό» σε αυτή την κλίμακα. Μεταξύ των 16 επαγγελματικών κλάδων οι ασφαλιστές κατέχουν την 11η θέση.

**Γνώμη των καταναλωτών για την ποιότητα του σέρβις που προσφέρεται από τις ομάδες επαγγελματιών ή ομάδων**

ΟΜΑΔΕΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΩΝ ΚΛΑΔΩΝ	ΜΕΣΗ ΒΑΘΜΟΛΟΓΙΑ
Τράπεζες	4,39
Ξενοδοχεία	4,17
Οργανισμός Τηλεπικοινωνιών (ΟΤΕ)	4,16
Ιδιωτικά νοσοκομεία	4,15
Γιατροί	4,15
Κουρείς	4,09
Ταχυδρομείο	3,96
Ταξιδιωτικοί πράκτορες	3,91
Ηλεκτρολόγοι	3,85
Ταξί	3,81
Ασφαλιστές	3,64
Συνεργεία αυτοκινήτων	3,61
Δημόσια νοσοκομεία	3,59
Κτηματομεσίτες	3,26
Δικηγόροι	3,24
Αστικές Συγκοινωνίες	3,08

3. Η πλειοψηφία των ιδιοκτητών ασφάλειας ζωής 62% συμφωνούν ότι οι προσωπικοί τους ασφαλιστές τους έδωσαν πολύ χρήσιμες πληροφορίες και συμβουλές όταν αγόραζαν την ασφάλεια. Όταν όμως ζητήθηκε από τον γενικό πληθυσμό να εκφράσει την άποψή του σε σχέση με το θέμα αυτό, εάν δηλαδή οι πληροφορίες και οι συμβουλές των ασφαλιστών ζωής βοηθούν στην επιλογή του καλύτερου ασφαλιστήριου, μόνο 2 στους 5 συμφώνησαν ότι οι ασφαλιστές βοηθούν πολύ, το 42% είπε ότι οι ασφαλιστές βοηθούν κάπως.

4. Όμοιες συγκρίσεις μπορούν να γίνουν όταν οι ενήλικες βαθμολογούν τους ασφαλιστές σε σχέση με την ικανότητά τους.

**ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΙΚΑΝΟΤΗΤΑΣ**

Ποσοστό κατόχων ασφάλειας ζωής που συμφωνούν ότι ο προσωπικός ασφαλιστής κάνει:



Άριστη δουλειά	= 59%
Καλή δουλειά	= 22%
Ποσοστό όλων των ερωτηθέντων που συμφωνούν ότι οι ασφαλιστές είναι:	
Πολύ ικανοί	= 43%
Κάπως ικανοί	= 45%

5. Δύο στους πέντε ενήλικες συμφωνούν ότι ένα από τα κύρια προβλήματα του κλάδου είναι ότι οι ασφαλιστές ζωής προσπαθούν να πουλήσουν στους καταναλωτές ασφάλεια που αυτοί δεν χρειάζονται.

Ένα ακόμη μεγαλύτερο ποσοστό 3 στους 4, συμφωνούν ότι ένα άλλο μεγάλο πρόβλημα του κλάδου είναι ότι οι ασφαλιστές ζωής δεν λένε όλη την αλήθεια σε σχέση με αυτό που πουλάνε. Παρακάτω σημειώνονται κάποιες άλλες γενικές εντυπώσεις που έχουν οι καταναλωτές για τον χαρακτηριστικό τύπο ασφαλιστή.

**Προσωπικές απόψεις για τους ασφαλιστές ζωής**

Ποσοστό ενηλίκων που συμφωνούν ότι ο χαρακτηριστικός τύπος ασφαλιστή είναι:

Επιθετικός	65%
Πειραμαμένος	58%
Πονηρός	54%

Πειστικός	54%
Παραπλανητικός	39%
Ειλικρινής	31%
Αξιόπιστος	22%
Ανέντιμος	4%
Ευαίσθητος	4%

**Γ. Προτιμήσεις/γνώμες πελατών**

1. Τρεις στους τέσσερις καταναλωτές προτιμούν να συναλλάσσονται με έναν πλήρους απασχόλησης ασφαλιστή. Οι υπόλοιποι, 1 στους 4, δεν ενδιαφέρονται εάν ο ασφαλιστής είναι πλήρους ή μερικής απασχόλησης.

2. Δύο στους πέντε ενήλικες προτιμούν να συναλλάσσονται με έναν ασφαλιστή που πουλάει όλα τα είδη ασφαλιστικών προϊόντων (ζωής, υγείας, αυτοκινήτου, πυρός, κ.λπ.), το 1/3 των ενηλίκων δεν ενδιαφέρονται εάν ο ασφαλιστής πουλάει μόνον ασφάλεια ζωής ή όλα τα είδη των ασφαλειών.

3. Όταν ερωτήθηκαν πόσο συχνά θα ήθελαν να συναντούν έναν ασφαλιστή για να συζητούν μαζί του θέματα ασφάλειας ζωής η συντριπτική πλειοψηφία απάντησε «μόνον όταν το ζητάω εγώ».

**Προτιμήσεις σε σχέση με τη συχνότητα συναντήσεων με ασφαλιστή ζωής**

Ποσοστό ενηλίκων που θα ήθελε να συναντήσει έναν ασφαλιστή για να συζητήσει θέματα ασφάλειας ζωής Περισσότερο από 1 φορά το χρόνο	23%
Μόνον όταν το ζητώ εγώ	63%
1 φορά κάθε δύο χρόνια	23%
Λιγότερο συχνά	8%

4. Ζητήθηκε από τους ερωτώμενους να βαθμολογήσουν τη σημασία 6 χαρακτηριστικών των ασφαλιστών. Οι περισσότεροι από τους ενήλικες βρήκαν ένα από τα χαρακτηριστικά αυτά πολύ σημαντικό.

**Σημασία ορισμένων χαρακτηριστικών του ασφαλιστή**

Ποσοστό ενηλίκων που θεωρεί ότι είναι πολύ σημαντικό ο χαρακτηριστικός τύπος ασφαλιστή να:

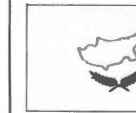
* Εξηγεί όλες τις λεπτομέρειες του ασφαλιστηρίου ζωής καθώς και τα «ψιλά γράμματα».	95%
Πολύ σημαντικό	95%
Κάπως σημαντικό	3%
* Θεωρεί όλες τις πληροφορίες που δίνει ο πελάτης απόρρητες.	

Πολύ σημαντικό	95%
Κάπως σημαντικό	4%
* Δείχνει ευαισθησία για τις οικονομικές ανάγκες και τα προβλήματα του πελάτη.	
Πολύ σημαντικό	69%
Κάπως σημαντικό	17%
* Παρέχει συγκρίσεις κόστους με όμοια ασφαλιστήρια άλλων ασφαλιστικών εταιριών.	

Πολύ σημαντικό

Πολύ σημαντικό	63%
Κάπως σημαντικό	28%
* Διατηρεί επαφή με τον πελάτη αφού έχει γίνει η πώληση.	
Πολύ σημαντικό	58%
Κάπως σημαντικό	27%
* Συμβουλεύει τον πελάτη για όλες τις πλευρές του οικονομικού προγραμματισμού.	
Πολύ σημαντικό	54%
Κάπως σημαντικό	19%

**VI. ΠΕΡΙΛΗΨΗ**



Παρ' όλο ότι το ποσοστό διείσδυσης της ατομικής ασφάλειας ζωής στην Κύπρο μπο-

ρεί να είναι ένα από τα υψηλότερα στον κόσμο, οι ενήλικες καταναλωτές συνεχίζουν να μη δίνουν υψηλούς βαθμούς στον ασφαλιστικό κλάδο συγκριτικά με άλλους κλάδους στην Κύπρο. Ο τραπεζικός κλάδος από την άλλη πλευρά, παίρνει πολύ υψηλούς βαθμούς και ακόμη και οι αντιπρόσωποί του βαθμολογούνται ευνοϊκότερα σε σχέση με τον επαγγελματισμό απ' τους ασφαλιστές.

Η πλειοψηφία των κατόχων ασφάλειας ζωής δίνει υψηλούς βαθμούς για το ήθος και την ποιότητα υπηρεσιών που τους προσφέρουν οι προσωπικοί τους ασφαλιστές ζωής. Μόνο το ήμισυ όμως των ασφαλισμένων, νέων και παλαιών, αγόρασαν την ασφάλεια τους από ασφαλιστές, και μόνον 40% των ασφαλισμένων θεωρούν ότι αυτή τη στιγμή έχουν προσωπικό ασφαλιστή ζωής. Ενδεχομένως, η έλλειψη της επαφής (συνεννόησης) με τον ασφαλιστή ζωής είναι και ο λόγος για τον οποίον και οι ασφαλιστές ζωής και οι ασφαλιστικές εταιρίες παίρνουν χαμηλούς βαθμούς από το καταναλωτικό κοινό.

Για να επιτευχθεί υψηλότερο ποσοστό διείσδυσης, πωλήσεων, από το δυναμικό των υποκαταστημάτων, οι καταναλωτές πρέπει να πεισθούν ότι τα συμφέροντά τους εξυπηρετούνται με τον καλύτερο τρόπο και ότι δεν τους ασκείται πίεση για να αγοράσουν.

Δ□



# Ένωση επιτυχημένων ασφαλιστών από Ελλάδα και Κύπρο!

Μεγάλη επιτυχία το συνέδριο της INTERAMERICAN στην Κύπρο

**Μ**ε επιτυχία πραγματοποιήθηκε στο Συνεδριακό Κέντρο Λευκωσίας στις 22-23 Μαρτίου το Α' Συνέδριο της INTERAMERICAN-Κύπρου, στο οποίο συμμετείχαν όλοι οι κορυφαίοι συνεργάτες της εταιρίας στη Μεγαλόνησο.

Θέμα του Συνεδρίου ήταν: «Πρωτοπορία και στη δεκαετία του '90», με ομιλητές προσωπικότητες της Κύπρου, όπως ο

υπουργός Οικονομικών κ. Γ. Συρίμης, ο Διευθύνων Σύμβουλος της Κεντρικής Ασφαλιστικής Εταιρίας Κύπρου κ. Γ. Γεωργαλλίδης, ο επιχειρηματίας κ. Φ. Επιφανείου και ο κ. Μ. Ζαμπέλας, Πρόεδρος της εταιρίας Λογιστών και Συμβούλων Επιχειρήσεων Coopers & Lybrand.

Από ελλαδικής πλευράς ομιλητές ήταν ο κ. Α. Σπανός, Διευθυντής Εκπαίδευσης της INTERAMERICAN και η κ. Μ. Παπαδοπούλου, Διευθύντρια υποκαταστήματος της INTERAMERICAN.

Το Συνέδριο πραγματοποιήθηκε οκτώ (8) χρόνια μετά την εγκατάσταση και λειτουργία της INTERAMERICAN στην Κύπρο και σε μια αποφασιστική στιγμή στην ανάπτυξη της εταιρίας στη Μεγαλόνησο. Όπως αναφέρθηκε στο Συνέδριο η

INTERAMERICAN-Κύπρου κάτω από τη Διεύθυνση του κ. Ε. Νεοκλέους, κατάφερε στα οκτώ (8) αυτά χρόνια να κατέχει το 25% της κυπριακής ασφαλιστικής αγοράς.

Το Συνέδριο παρακολούθησαν πενήντα (50) στελέχη της INTERAMERICAN από την Ελλάδα με επικεφαλής τον Διευθύνοντα Σύμβουλο κ. Δ. Κοντομηνά. Τις εργασίες του Συνεδρίου και τα συμπεράσματα παρακολούθησαν ακόμη και οι προσκεκλημένοι απ' την Ελλάδα εκδότες των ασφαλιστικών εντύπων κ.κ. Π. Δρακάτος, Γ. Ζαχαρίου, Δ. Ρουχωτάς και Ε. Σπύρου των περιοδικών «Ιδιωτική Ασφάλιση», «Οικονομική Ασφαλιστική», «Ασφαλιστική Αγορά» και «ΝΑΙ», αντίστοιχα. Ση-



μαντική η παρουσία του κ. Αλεξ. Ταμπουρά.

Στις 23 Μαρτίου ο Πρόεδρος της Κυπριακής Δημοκρατίας κ. Γ. Βασιλείου δέχθηκε σε εθιμοτυπική επίσκεψη τα στελέχη της INTERAMERICAN και είχε ιδιαίτερη συνάντηση με τον κ. Δ. Κοντομηνά με τον οποίο ανήλλαξε απόψεις για την περαιτέρω ανάπτυξη της συνεργασίας μεταξύ Ελλήνων και Κυπρίων επιχειρηματιών.

# Η μελαγχολία των νέων ασφαλιστών

*Η δημιουργία καριέρας δεν είναι εύκολη υπόθεση. Είναι σκληρή υπόθεση ο επαγγελματισμός. Θέλει δουλειά, διάβασμα, χρόνο, ιδρώτα, κόπο, υπομονή, πειθαρχία και αυτοπειθαρχία.*

**Ο** ασφαλιστής στεκόταν μπροστά μου έτοιμος να σωριαστεί γεμάτος παράπονο και θλίψη.

«Κύριε Σπύρου, είμαι πλημμυρισμένος απαισιοδοξία. Γεμάτος μελαγχολία, σέρνομαι χωρίς ενδιαφέρον, χωρίς ζωντάνια χωρίς διάθεση για τίποτα. Ξεκίνησα αυτή τη δουλειά με ελπίδες. Περίμενα κάτι να κάνω. Κι όμως πάω σαν χαμένος. Ώρες-ώρες μού 'ρχεται να τα βροντήξω όλα κάτω και να φύγω. Αλλά και πού να πάω; Δουλειές δεν υπάρχουν. Αλλά και υπάλληλος δεν θέλω... Μ' αρέσει αυτή η δουλειά. Αλλά φοβάμαι. Εσύ ήσουν που μ' άκουγες να προγραμματίζω και να χαμογελώ γεμάτος όνειρα.

'Ηθελα κάτι καλύτερο και δεν λέω σ' όλες τις δουλειές ισχύει το «κάθε αρχή και δύσκολα». Όμως γιατί θέλω να τα εγκαταλείψω; Έρχονται κάτι μέρες κάτι δειλινά που μού 'ρχεται να κλάψω... Οι

άνθρωποι. Η άρνηση. Τα όχι τους. Οι υποσχέσεις τους... Τα παραμύθια τους... Κάπου τά 'χω χαμένα...

Φοβάμαι... Νιώθω τόσο μόνος σ' αυτό το ταξίδι, να δημιουργήσω κι εγώ μια κεριέρα. Να ζήσω, βρε αδερφέ, κι εγώ με κάτι καλύτερο. Δεν ξέρω αν θα τ' αντέξω... Λέτε να τα καταφέρω...

Ακόμα και η εταιρία ζητάει. Όλο υποχρεώσεις... Ακούω διάφορα κι απογοητεύομαι... Δεν ξέρω τι θα γίνει... Βοηθήστε με σαν άνθρωπος...».

Το πρόσωπο του ασφαλιστή είναι κόκκινο και τα χέρια του κινούνται αμήχανα. Τα μάτια κοιτάνε αλλού... Κι η καρδιά φτεροκοπά.

Σήμερα το πρωί πηγαίνοντας στο γραφείο μου έκανα μία διαπίστωση σημαντική. Πήγαινα χαρούμενος και ευδιάθετος. Κι αλήθεια είναι αρκετά χρόνια, ίσως 3-4 χρόνια που κι εγώ άλλαξα.

Κάποτε κουραζόμουν να ακούω προβλήματα και τέτοια ζητήματα. Εδώ και αρκετό καιρό, όπως και σήμερα, πάω γεμάτος στοργή κι αγάπη να βοηθήσω ανθρώπους να ξεπεράσουν προβλήματα.

'Αλλωστε για ποιο λόγο θα χρειαζόταν να υπάρχουν Διευθυντές σε γραφεία... Ποια εταιρία θα πλήρωνε Managers αν δεν υπήρχαν προβλήματα... Η πρώτη μου αλλαγή έγινε όταν ο Νίκος, ένας ασφαλιστής ερχόταν κι αντί «Καλημέρα» έλεγε « Έχω ένα πρόβλημα» και μετά έλεγε αν έλεγε «γεια σου». Τον απέφευγα. Μάλιστα, μερικές φορές δεν ήθελα να ξεκινήσω τη μέρα μου με «μουρμούρα» και «προβλήματα». Ώσπου άκουσα σ' ένα σεμινάριο για Managers αυτή την αλήθεια.

Οι ασφαλιστές έχουν διάφορα προβλήματα κι είμαστε εκεί για να τα λύσουμε. Αν έχουμε επιτυχίες, αν παίρνουμε βραβεία, αν πάμε ταξίδια, αν παίρνουμε αρκετά χρήματα είναι από τη συνεργασία μας με ασφαλιστές. Το εισόδημά μας συνδέεται με την προσπάθειά τους. Να νιώθουμε χαρά όταν έχουν προβλήματα για να τα επιλύσουμε. Εκείνη την ώρα τον ξεφορτώνουμε από κάτι που τον εμποδίζει. Και μεταξύ μας υπάρχει κάτι καλύτερο απ' τη βοήθεια στο συνάνθρωπο;

Τα θυμόμουν όλα αυτά καθώς ο γεμάτος μελαγχολία ασφαλιστής τρεμόπαζε στα δάχτυλά του ένα στυλό κι έκανε κύκλους και γραμμές σ' ένα χαρτί...

Οι εξαντλητικές μεταπτώσεις δίνουν και παίρνουν με γρήγορο ρυθμό στους έφηβους, στους νέους, στην άνοιξη, στο ξεκίνημα, σε κάθε ξεκίνημα. Σήμερα βλέπεις ενθουσιασμό, αύριο πτώση και μελαγχολία. Τώρα όνειρα και ανοιχτά φτερά, ύστερα απογοήτευση και διπλωμένα φτερά.

Η δημιουργία καριέρας δεν είναι εύκολη υπόθεση. Είναι σκληρή υπόθεση ο επαγγελματισμός. Θέλει δουλειά, διάβασμα, χρόνο, ιδρώτα, κόπο, υπομονή, πει-

θαρχία και αυτοπειθαρχία.

Γίνονται όλα αυτά σε λίγες βδομάδες; Σ' αυτή την πορεία δέρνεται η ψυχή του νέου επαγγελματία από διάφορες καταστάσεις. Άλλοτε από προσμονή, άλλοτε από αγώνα, άλλοτε από αποτυχία, άλλοτε από πτώση. Άλλοτε από ψεύτικες υποσχέσεις, άλλοτε από οικογενειακή θλίψη ή προβλήματα οικονομικά, άλλοτε από λάθος χειρισμούς και απαιτήσεις του Managers ή της εταιρίας. Όλα μαζί σταλάζουν στην ψυχή του πίκρα που κάποτε ξεχειλίζει το ποτήρι και μαυρίζουν την ύπαρξή του, ξεσπώντας σε μοναξιά, φόβο και μελαγχολία. Είναι τότε που τραβιέται ο ασφαλιστής και δεν μιλά σε κανέναν. Κι είναι τότε που ο Manager ή ένας καλός συνάδελφος πρέπει να του συμπαρασταθεί σαν φίλος...

Δεν είναι εύκολο στη μεγάλη μάχη που δίνουμε όλοι να αποφευχθούν τέτοιες καταστάσεις. Μπορούμε να ελαττώσουμε τέτοιες καταστάσεις που πάνε κι έρχονται σαν τα νερά της θάλασσας κάποιες εποχές.

Φίλε ασφαλιστή. Είναι περαστική υπόθεση η μελαγχολία γι' αυτό μην αφήνεις το χρόνο σου να χάνεται και η μελαγχολία να σε τραβά στο σκοτάδι...

Προσπάθησε να γεμίσεις τις ώρες σου με έργο επαγγελματικό ή μη. Πήγαινε να δεις ένα φίλο, ένα συγγενή, ένα συμμαθητή, ένα συνάδελφο να κουβεντιάσεις λίγο. Σκύψε πάνω σ' ένα βιβλίο μορφωτικό ή εγκευλοπαιδικό.

Μπεσε σε μια εκκλησία κι άναψε ένα κεριά λέγοντας μια προσευχή ή άνοιξε την πόρτα ενός ζαχαροπλαστείου και κέρασε τον εαυτό σου μια πάστα με φράουλες, αν σου

αρέσουν, για την προσπάθεια που θ' αρχίσεις από τώρα...

Υπάρχουν πολλοί που είναι έτσι και υ-



## Παραμερίστε τις ανησυχίες

**Τ** είναι ανησυχία, έννοια, άγχος; Το Εθνικό Ινστιτούτο Ψυχικής Υγείας των ΗΠΑ θεωρεί ότι το άγχος είναι το πιο συχνά αναφερόμενο πρόβλημα ψυχικής υγείας. Το άγχος είναι μια πλημμύρα σκέψεων που εστιάζονται στο φόβο ότι κάτι ΙΣΩΣ να συμβεί.

Για την ελαχιστοποίηση της ανησυχίας που δεν έχει πραγματική αιτία, αναπτύχθηκε από τον ψυχολόγο δρ Τόμας Μπορκόβεκ, από το Πανεπιστήμιο της Πενσυλβάνιας των ΗΠΑ, μία μέθοδος με πέντε στάδια.

Η κεντρική ιδέα της μεθόδου είναι να παραδεχθεί κανείς ότι υπάρχει κάτι για το οποίο αξίζει να ανησυχεί, αλλά να βάλει όριο στον χρόνο που ασχολείται με το να ανησυχεί:

1. Διαπιστώστε τα συμπτώματα που παρουσιάζετε όταν σας καταλαμβάνει το συναίσθημα της ανησυχίας, όπως π.χ. η ανικανότητα να αυτοσυγκεντρωθείτε ή οι «πεταλούδες» στο στομάχι.
2. Αφιερώστε μισή ώρα κάθε μέρα μόνο και μόνο για την ανησυχία σας.
3. Καταγράψτε σε μια λίστα τα πράγματα για τα οποία θα νοιαστείτε για ένα συγκεκριμένο χρονικό διάστημα.
4. Χρησιμοποιήστε μισή ώρα την ημέρα για να βρείτε λύσεις για τα προβλήματα που σας απασχολούν.
5. Αν δείτε ότι ανησυχείτε και άλλες ώρες την ημέρα, προσπαθήστε να πείσετε τον εαυτό σας να ξεχάσει τις έννοιες και να σκεφθεί κάτι άλλο.

## Μάθετε να δέχεστε κριτική

**Ε**ίστε ευαίσθητος/η; Αν η κριτική είναι πολύ επώδυνη για σας, μαθαίνοντας να την αντιμετωπίζετε μπορείτε να ελαττώσετε τις ψυχολογικές συνέπειές της. Γιατί, άραγε, η κριτική μας ενοχλεί στην αρχή τόσο πολύ; Ένας λόγος είναι ότι η κριτική υπογραμμίζει το ότι π.χ. είστε παχύς, αργός στη σκέψη, ότι φωνάζετε δυνατά ή οτιδήποτε άλλο σας ενοχλεί. Ένας άλλος λόγος είναι η πιθανή έλλειψη αυτοπεποίθησης, που σας κάνει να παίρνετε την κριτική των άλλων κατάκαρδα.

Αντιθέτως, η αυτοπεποίθησή σας βοηθάει στο να μην παίρνετε στα σοβαρά τις αρνητικές κριτικές για το άτομό σας.

Πάντως, η σωστή δόση κριτικής βοηθάει στο να διορθώσει κανείς κάποιο ελάττωμά του. Για να αποφασίσετε, λοιπόν, πόση ση-

μασία πρέπει να δίνετε στην κριτική των άλλων, ρωτήστε τον εαυτό σας:

- \* Είναι λογική η κριτική; Έχει κάποια δόση αλήθειας;
- \* Με έχουν κριτικάρει και άλλοι για το ίδιο θέμα;
- \* Είναι σοβαρό το άτομο που με κριτικάρει;
- \* Η κριτική απευθυνόταν πραγματικά σε μένα ή ήταν μια γενική κριτική; Μήπως αναφερόταν σε κάτι που είναι πέραν των δυνατοτήτων μου;
- \* Μήπως η κριτική βασιζόταν στο ότι απλώς κάποιος άλλος έχει διαφορετική γνώμη από μένα για κάποιο θέμα;

Αν λοιπόν αποφασίσετε ότι η κριτική είχε αξία, μπορεί να σας βοηθήσει να βελτιωθείτε. Αν είναι ανάξια λόγου, ξεχάστε την.

πάρχουν και σε χειρότερη μοίρα άνθρωποι σε νοσοκομεία, άνθρωποι στερημένοι το φως τους τυφλοί ή ανάπηροι, ορφανοί, άστεγοι ή μερδεμένοι σε δικαστήρια. Μια σκωτσέζικη παροιμία λέει: «Να είσαι ευτυχής που ζεις, όσο και όπως ζεις, γιατί θα είσαι για πολύ καιρό πεθαμένος».

Υπάρχουν άνθρωποι που θέλουν βοήθεια και μπορείς να την προσφέρεις. Ειδικά η δουλειά του ασφαλιστή προσφέρεται για να βγεις να πας σ' ένα πελάτη να του μιλήσεις για τον ίδιο ή το παιδί του, για την προστασία του σε δύσκολη ώρα, για το μαγαζί του, τους δικούς του, το μέλλον του, τη σύνταξή του.

Ξεθυμάνει γρήγορα η μελαγχολία κόνοντας κάποιο έργο. Οι θλίψεις και οι προβληματισμοί θα υπάρχουν. Αυτό πρέπει να το γνωρίζεις φίλε. Υπάρχει σ' όλα τα επαγγέλματα. Μη μένεις άπραγος και με λόγια δεν ξεπερνιέται. Προσπάθησε να 'χεις πάντα μια δημιουργική απασχόληση προσηλωμένος στο μεγάλο στόχο σου.

Ευάγγελος Σπύρου  
Manager Ασφαλιστών



“Περιμένω από τις πρωτοπόρες και καταξιωμένες ασφαλιστικές εταιρίες να καθιερώσουν τη γιορτή της ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, όπου ο κάθε πετυχημένος και η κάθε πετυχημένη, δεν θ’ ασχοληθούν με την παραγωγή αλλά με το να ευχαριστήσουν όλους εκείνους που με την υπομονή τους, την αντοχή τους και την αγάπη τους, υποστήριξαν αυτή την επιτυχία!”

θηκαν ν’ ακούν για ασφάλειες αλλά παρ’ όλ’ αυτά έμειναν φίλοι, είναι και κάτι διευθυντές που ξέχωρα από το προσωπικό τους συμφέρον ξεοδεύουν χρόνο και από την προσωπική τους ζωή για να υποστηρίξουν.

Πόσες φορές τους είπατε πως σ’ αυτούς χρωστάτε ένα κομμάτι της επιτυχίας σας;

Δεν δέχομαι να μιλάω για την επιτυχία των αντρών και να υπονοώ πως βέβαια υ-

• ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

## Σαν γυναίκα προς γυναίκα...

Ένα κείμενο αφιερωμένο στους άντρες

Γράφει: Η ψυχολόγος ΣΜΑΡΟΥΛΑ ΠΑΝΤΕΛΗ

Σάββατο πρωί (μέσα Απριλίου 1991). Ακούω τ’ αγαπημένα μου τραγούδια από το δίσκο Mystery Girl του Roy Orbison, ενώ ετοιμάζομαι να ράψω ένα κουμπί στο πουκάμισο του άντρα μου.

Η βδομάδα που πέρασε ήταν αρκετά κουραστική, γεμάτη με θεραπευτικές και εκπαιδευτικές δραστηριότητες. Εν τω μεταξύ, σήμερα κιόλας πρέπει να ετοιμαστώ για ένα εβδομαδιαίο σεμινάριο «Επικοινωνίας» που αρχίζει τη Δευτέρα, εκτός Αθηνών.

Κοιτάζω το σπíti μου... είναι λίγο ανάστατο. Στο τραπέζι του σαλονιού περιμένουν διάφορα «τζάντζαλα-μάντζαλα», από σημειώσεις, φυλλάδια, φωτογραφική μηχανή και βάλει!

Στο δωμάτιό μου, το κρεβάτι μου είναι καλυμμένο με ρούχα που πρέπει να τακτοποιηθούν στη βαλίτσα και στον καναπέ του σαλονιού περιμένει ένα φουστάνι που θέλει κάποιο «ραφτικό μερεμέτι».

Κοιτάζω στο μπαλκόνι τις ροδιές που που θέλουν κι αυτές πότισμα. Άνοιξη βλέπεις... φούντωσαν κιόλας! Τις έχω αμελήσει τις καημένες και πάω να σηκώθω και νιώθω την κοιλιά μου να με τραβάει... πρέπει να προσέχω, είμαι κιόλας πέντε μηνών έγκυος.

Πήρα κάτι κιλά παραπάνω -παρ’ όλ’ αυ-



τά ΟΧΙ - δεν θα γίνω η Μαίρη Παναγιωταρά!

Παρ’ όλ’ αυτά θυμώνω καθώς πέφτει το βλέμμα μου στο μωβ βιβλιάρκι που συνοδεύει το τελευταίο τεύχος του περιοδικού «IN» της INTERAMERICAN.

«Η γυναικεία παρουσία πίσω από ένα πετυχημένο ασφαλιστή» (ένα δώρο για τη γυναίκα του ασφαλιστή).

«Έχουν πει, ότι μια επιχείρηση είναι η μεγάλη σκιά ενός ανθρώπου... Η σύζυγος, είναι η μεγάλη σκιά του ασφαλιστού!... Δίχως τη συνεργασία της συζύγου ο νέος ασφαλιστής, είναι καταδικασμένος να μην επιτύχει...»

...Μην ξεχνάτε κυρίες μου, η κύρια καθημερινή εργασία του συζύγου σας είναι να αντιμετωπίζει με ενθουσιασμό τους πελάτες του! Ο ασφαλιστής του οποίου το ηθικό είναι πεσμένο δεν θα μπορέσει να

προετοιμάσει τα στάδια της πώλησης και να κλείσει με επιτυχία τη δουλειά του.

Χρειάζεται απαραίτητα τη βοήθεια που εσείς μόνο μπορείτε να του δώσετε. Πώς; Με το να γίνετε εξπέρ των ανθρωπίνων σχέσεων. Να μάθετε τι πρέπει να κάνετε για να τον βοηθήσετε να φτάσει στην κορυφή του κόσμου!...

Το διάβασα και άρχισα ν’ ανησυχώ! Βρε, μπας και κάνω λάθος; ...σκέφτηκα. Μήπως έπρεπε να κάνω άλλα πράγματα στη ζωή μου;

Μήπως όλες αυτές οι πετυχημένες ασφαλιστριες, έπρεπε να παρατήσουν αμέσως την παραγωγή τους και να γυρίσουν τρέχοντας στα σπίτια τους, να μαγειρεύουν νόστιμα φαγητά, να γεννάνε παιδιά, να κάνουν δημόσιες σχέσεις για τον άντρα τους, να γίνουν εξπέρ των ανθρωπίνων σχέσεων και ν’ αφήσουν τις βλακειές και τις καριέρες;

Μήπως αυτό το όλο και ανερχόμενο ποσοστό των γυναικών, που πρόσφατα έφτασε το 40% (απ’ ό,τι μαθαίνω) σε μεγάλη ασφαλιστική εταιρία, που προσέρχεται για στρατολόγηση, μήπως αυτό το ποσοστό αποτελείται από γυναίκες που ‘χασαν το λογαριασμό;

Μήπως κάνω λάθος σαν ψυχολόγος όταν εκπαιδεύοντας ασφαλιστές πάνω στην Ψυχολογία των Πωλήσεων προσπαθώ να περάσω μηνύματα ισοτιμίας και να πείσω όσο τους άντρες τόσο και τις γυναίκες πως όλοι έχουμε το δικαίωμα της επιτυχίας και της πρωτιάς;

Ίσως οι προθέσεις της LIMRA να ήταν

άλλες όταν εξέδωσε αυτό το βιβλιάρκι στην Αμερική. Ίσως και οι προθέσεις της INTERAMERICAN να ήταν άλλες όταν το μετέφραζε. Ίσως επειδή οι περισσότεροι ασφαλιστές είναι ακόμη άντρες, ίσως γι’ αυτό να γράφτηκε αυτό το εγχειρίδιο «υποστήριξης».

Αλλά, όπως και νά ‘χει το θέμα, εγώ σήμερα αισθάνομαι σα να με πάτησε λεωφορείο! Γιατί μετά από ένα διήμερο σεμινάριο σε γραμματείς υποκαταστημάτων, που κατά 99% είναι γυναίκες και που το ωράριό τους είναι 9-1 και 5-8 (επισήμως) 5-10 κι όπου πάει (ανεπισήμως), έχω κάποιες απορίες.

Πώς γίνεται βρε παιδιά να ζητάμε συνεχώς απ’ τις γυναίκες;

Πότε θα σταματήσει αυτός ο πόλεμος αντρών και γυναικών;

Πότε θα δεχτούμε πως εμείς οι γυναίκες και οι άντρες, είμαστε κι οι δύο άνθρωποι;

Πότε θα δεχτούμε πως εμείς οι γυναίκες και οι άντρες, είμαστε κι οι δύο άνθρωποι;

Πότε θα πάρουμε χαμπάρι πως η αγάπη, η κατανόηση και η υποστήριξη είναι ανάγκες ΑΝΘΡΩΠΙΝΕΣ και όχι αντρικές ή γυναικείες;

Ναι, συμφωνώ. Πίσω από ένα πετυχημένο ασφαλιστή μπορεί να βρίσκεται μια γυναίκα με αντοχή. Δεν έχω γνωρίσει ακόμα κανένα **ευτυχισμένο ασφαλιστή** που να μην συντροφεύεται από μια **ευτυχισμένη γυναίκα**.

Και λέω σαν ψυχολόγος πως η ευτυχία και η ισορροπία δεν έρχονται επειδή δίνει ο ένας απ’ τους δύο. Αντίθετα, είναι το αποτέλεσμα της συντροφικότητας δηλαδή, της ισότιμης αλληλοϋποστήριξης.

Περιμένω λοιπόν με αγωνία, το επόμενο τεύχος του «IN» να συντροφεύεται από ένα βιβλιάρκι για όλους τους ασφαλιστές, άντρες και γυναίκες, με τίτλο: «Η συντροφικότητα πίσω από την επιτυχία».



“Επιτυχία είναι να μπορείς να στέκεσαι ψηλά χωρίς να χρειάζεται να το πληρώνεις μ’ ενοχές.”

Και δεν περιμένω μόνο αυτό.

Περιμένω από τις πρωτοπόρες και καταξιωμένες ασφαλιστικές εταιρίες να καθιερώσουν τη γιορτή της ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ, όπου ο κάθε πετυχημένος και η κάθε πετυχημένη, δεν θ’ ασχοληθούν με την παραγωγή αλλά με το να ευχαριστήσουν όλους εκείνους που με την υπομονή τους, την αντοχή τους και την αγάπη τους, υποστήριξαν αυτή την επιτυχία!

Και να θυμάστε πως δεν είναι μόνο οι σύζυγοι αυτοί που υποστηρίζουν. Είναι και κάτι μανούλες που σιδερώνουν τις ντουζίνες με τα πουκάμισα, είναι και κάτι παιδιά που περιμένουν υπομονετικά τη λίγη ώρα που θα δουν τον μπαμπά τους και τη μαμά τους, είναι και κάτι φίλοι που βαρέ-

πάρχουν και οι πετυχημένες γυναίκες. Πάνω απ’ όλα όμως δεν δέχομαι πως η επιτυχία **Τους** εξαρτάται **μόνο** από μας τις γυναίκες!

Αρνούμαι ν’ ακολουθήσω αυτή την προπαγάνδα «περί γυναικών» που πότε με θέλει στο σπίτι να είμαι η καλή μάνα-σύζυγος-μαγειρίσσα και πότε με θέλει στο δρόμο να είμαι μια «πετυχημένη γυναίκα». Διατηρώ το δικαίωμα του αυτοσεβασμού και δίνω στον εαυτό μου την ευκαιρία να βρει την ισορροπία του δοκιμάζοντας όλους τους ρόλους που μου έδωσε η φύση, η κοινωνία και η προσωπικότητά μου.

Τέλος, δίνω ένα μεγάλο ευχαριστώ στο σύντροφό μου, που με την υπομονή του,

(Συνέχεια στη σελ. 71)

• ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΑΝΕΜΕΝΕ Ο ΚΛΑΔΟΣ ΕΠΙ ΔΕΚΑΕΤΙΑΣ

## Η ίδρυση Ακαδημίας Ασφαλιστικών, Τραπεζικών και Χρηματοπιστωτικών Σπουδών

Τον τελευταίο καιρό συζητήθηκε στους ασφαλιστικούς κύκλους, η εμφάνιση του Κέντρου Ασφαλιστικού Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ (ΚΕΑΜΜΑ) με τα τρία πρωτοπόρα σεμινάρια πάνω στο νέο ρόλο του ασφαλιστή ως συμβούλου επενδύσεων, στη διαχείριση κινδύνων (risk management) και στα αμοιβαία κεφάλαια. Το περιοδικό μας προσκλήθηκε να παρακολουθήσει τα σεμινάρια αυτά. Από όσα μας είπαν οι υπεύθυνοι τα σεμινάρια δεν αντιμέτωπισαν το μεγάλο ενδιαφέρον του κλάδου, ούτε των εταιριών, ούτε των ιδίων των ασφαλιστών, παρά το ότι κατά την εξαγγελία τους είχαν χαιρετισθεί με διθυραμβικό πνεύμα από φορείς, ασφαλιστές, εκπροσώπους εταιριών κ.λπ.

Όσοι έλαβαν μέρος στα σεμινάρια, απαντώντας σε ερωτήσεις μας, υπογράμμισαν το υψηλό επίπεδο, την τέλεια οργάνωση, το ευρωπαϊκό επίπεδο και την επιστημονική εγκυρότητα των σεμιναρίων.

Είχαμε πληροφορηθεί για τις προθέσεις του ΚΕΑΜΜΑ να ιδρύσει την Ακαδημία, οι οποίες μάλιστα συζητούνται στους ασφαλιστικούς κύκλους θετικά ή και κριτικά. Ζητήσαμε έτσι από την ψυχή όλων αυτών των προσπαθειών γνωστό οικονομολόγο κ. Μάριο Νικολινάκο, πρόεδρο του Ινστιτούτου Μελέτης της Ελληνικής Οικονομίας (ΙΜΕΟ), που είναι ο ιδρυτής του ΚΕΑΜΜΑ, να μας πει ποια είναι τα σχέδιά του.

Εμείς είμαστε περήφανοι για τη συνέντευξη αυτή και πιο περήφανοι για αυτά που σχεδιάζονται να γίνουν. Δεν μπορούμε να φαντασθούμε ότι θα υπάρξει κανείς μέσα στον ασφαλιστικό χώρο που δεν θα αγκαλιάσει την προσπάθεια αυτή. Ούτε μπορούμε να φαντασθούμε πως δεν θα υπάρξει αμέριστη συμπαράσταση, ηθική και υλική στην προσπάθεια αυτή. Εάν ο καθηγητής Νικολινάκος, δεν ερχόταν μόνος του προσφέροντας αυτά τα γενναία δώρα, πιστεύουμε πως ο κλάδος σύσσωμος θα έπρεπε να τον είχε προσκαλέσει να επιχειρήσει αυτό που προτείνει και επιχειρεί προς το παρόν μόνος του. Γιατί στον κλάδο μας πολλοί λένε πολλά και κάνουν ωραίες προτάσεις, κανείς όμως δεν παίρνει πρωτοβουλίες και δεν τις υλοποιεί.

**ΝΑΙ: Κ. Νικολινάκο, θα θέλαμε να μας πείτε πρώτα μερικά πράγματα**

**για το Κέντρο Ασφαλιστικού Μάνατζμεντ και Μάρκετινγκ, το ΚΕΑΜΜΑ.**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Ιδρύσαμε το ΚΕΑΜΜΑ στα πλαίσια του ΙΜΕΟ πρώτα μετά από ατομικές και συλλογικές παροτρύνσεις και συστάσεις του ασφαλιστικού χώρου, με σκοπό να προωθήσουμε την ασφαλιστική εκπαίδευση και επιμόρφωση σε διεθνή επίπεδα. Η ενέργεια αυτή ακολουθεί τη γε-



Συνέντευξη με τον καθηγητή κ. ΜΑΡΙΟ ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟ

νική διαπίστωση, ότι ο κλάδος βρίσκεται σε γρήγορη ανάπτυξη, ότι υφίσταται σχεδόν ριζικές αλλαγές με την είσοδο ξένων εταιριών, ότι η εκπαιδευτική και ερευνητική υποδομή είναι σχεδόν ανύπαρκτη και ότι αλλάζουν οι όροι, οι συνθήκες και προϋποθέσεις άσκησης του ασφαλιστικού επαγγέλματος στα επόμενα χρόνια τόσο στα πλαίσια της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, όσο και διεθνώς.

Πιο συγκεκριμένα, το ΚΕΑΜΜΑ ιδρύθηκε για να καλύψει κενά που υπάρχουν και να συμπληρώσει δραστηριότητες που ήδη παρέχονται μερικά από άλλους οργανισμούς. Έχει στόχο να συμβάλλει στη

διαμόρφωση του αναγκαίου ασφαλιστικού επαγγελματισμού και της επιστημονικής προώθησης του κλάδου επιδιώκοντας:

α) Να προωθήσει τα ασφαλιστικά επαγγέλματα στους νέους σε μεταλυκειακό επίπεδο.

β) Να παράσχει εκπαιδευτικές δυνατότητες πέρα από τον ασφαλιστικό χώρο προσφέροντας συνδυασμένες και μεμο-

*«Όταν κάνεις κάτι για το σύνολο που βλέπεις είτε συμφέροντα, είτε θέσεις, είτε τη δόξα και προβολή άλλων, θα έχεις να αντιμετωπίσεις την ακόλουθη αντίδραση: στην αρχή θα σε αγνοήσουν, μετά θα σε χτυπήσουν αλύπητα, στο τέλος θα σε αποδεχθούν και θα σε αναγνωρίσουν».*

νωμένες σπουδές σε νέους για τον τραπεζικό και τον χρηματοπιστωτικό τομέα.

γ) Να συγκεντρώσει τη δραστηριότητά του ως προς τον ασφαλιστικό κλάδο:

1. Στην παροχή συστηματικής ασφαλιστικής εκπαίδευσης που αφορά την πώληση (ασφαλιστικούς συμβούλους, ασφαλείο - μεσίτες, πράκτορες κ.λπ.).
2. Στην παροχή ενδοεπιχειρησιακής εκπαίδευσης σε εταιρίες που λόγω μεγέθους δεν διαθέτουν δικά τους εκπαιδευτικά τμήματα και κέντρα.

δ) Να προωθήσει την επιστημονική οργάνωση του ασφαλιστικού κλάδου παρέ-

χοντας τεχνική στήριξη και συμβούλευση.  
ε) Να προωθήσει την επιστημονική έρευνα του ασφαλιστικού κλάδου.

**ΝΑΙ: Πώς πρόκειται να υλοποιηθούν όλα αυτά, κ. καθηγητά;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Η δραστηριότητα του ΚΕΑΜΜΑ εκτείνεται σε τρεις τομείς: τον εκπαιδευτικό, την τεχνική συμβούλευση και τον τομέα της επιστημονικής έρευνας. Ως προς την επιστημονική έρευνα ιδρύεται στο τέλος του χρόνου το Ινστιτούτο Επιστημονικών Ασφαλιστικών Ερευνών. Το ίδρυμα τούτο σκοπό θα έχει να προωθήσει την επιστημονική έρευνα του ασφαλιστικού κλάδου, προωθώντας μελέτες οικονομικού, νομικού, εκπαιδευτικού, ψυχολογικού κ.λπ. χαρακτήρα. Στόχος μας είναι από το 1992 να αρχίσει να εκδίδεται μια τριμηνιαία Επιστημονική Επιθεώρηση με μελέτες ειδικών επιστημόνων πάνω σε θέματα του κλάδου.

**ΝΑΙ: Μας συγχωρείτε, κ. καθηγητά. Μήπως είναι φιλόδοξο κάτι τέτοιο;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Φιλόδοξο; Γιατί; Μου κάνει εντύπωση η ερώτησή σας που μου την έχουν κάνει και άλλοι. Κάπου ο ασφαλιστικός κλάδος λόγω απειρίας βρίσκεται βουνά κάτι τέτοιες ενέργειες. Γιατί; Δύο προϋποθέσεις χρειαζόμαστε: να υπάρχουν μερικές εταιρίες sponsors που θα χρηματοδοτήσουν μερικές έρευνες και την επιθεώρηση και ακόμη να μην υπάρξει άρνηση, έστω και σιωπηρή. Αυτή είναι η πιο επικίνδυνη. Φωναχτά σου λένε όλοι: μπράβο, πολύ ωραία όλα αυτά. Σιωπηρά σε θάβουν. Το ΚΕΑΜΜΑ ανήγγειλε τρία σεμινάρια. Όλοι -εταιρίες, σύλλογοι, άτομα- είπαν: τι υπέροχα! Η συμμετοχή ανήλθε σε 10-12 άτομα κατά σεμινάριο. Πληροφορηθήκαμε για το τι λειτουργήσε κάτω από την επιφάνεια. Όλα αυτά μου κάνουν εντύπωση, γιατί δεν θίγουμε κανένα συμφέρον, δεν πάμε να πάρουμε το «ψωμί» κανενός και δεν καταλαβαίνω, γιατί υπάρχουν παρόμοιες αντιδράσεις.

**ΝΑΙ: Δεν σας φοβίζει, κ. Νικολινάκο, αυτή η αρνητική εμπειρία;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Γιατί να με φοβίζει; πάντα ελπίζω ότι τελικά επικρατεί η λογική. Εξάλλου έχω πάντα στο νου μου μια σοφή συμβουλή που μου έδωσε κάποιος παλιά: «όταν κάνεις κάτι για το σύνολο που βλέπεις είτε συμφέροντα, είτε θέσεις, είτε τη δόξα και προβολή άλλων, θα έχεις να αντιμετωπίσεις την ακόλουθη αντίδραση: στην αρχή θα σε αγνοήσουν, μετά θα σε χτυπήσουν αλύπητα, στο τέλος θα σε αποδεχθούν και θα σε αναγνωρίσουν». Ακολουθώ αυτή τη γραμμή. Αν αυτό που κάνω δεν έχει κοινωνική αξία, τότε δεν θα βγει πέρα. Ξέρετε, πρέπει να μπορείς να αναγνωρίζεις τις αποτυχίες σου και να ξέρεις να φεύγεις, όταν δεν σε χρειάζονται. Αυτό το μπορώ.

**ΝΑΙ: κ. Νικολινάκο ο λόγος σας είναι καθαρός και λίγες φορές ακούγονται τέτοιες απόψεις στο χώρο μας. Είναι γενναίες σκέψεις και μας δημιουργούν μια ευχάριστη έκπληξη και αισιοδοξία.**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Υπερβάλλετε. Εξάλλου, πάντα στη ζωή μια καινούργια προσπάθεια αντιμετωπίζει κάποια αντίδραση, εγώ δεν έχω αισθανθεί ακόμη την αντίδραση.

Όλα τα υπεύθυνα και ευυπόληπτα πρόσωπα του κλάδου, με τα οποία έχω συζητήσει μέχρι τώρα έχουν αντιμετωπίσει την προσπάθειά μας θετικά και έχουν υποσχεθεί, ότι θα τη στηρίξουν.

Εξάλλου, κοιτάτε, αυτά που θέλουμε να κάνουμε είναι καινούργια για τη χώρα μας. Στο εξωτερικό υπάρχουν από χρόνια. Γύρισα από ένα ταξίδι προ ημερών από τις Βρυξέλλες, το Λονδίνο, την Κολωνία και το Παρίσι, όπου μίλησα με πρόσωπα του ασφαλιστικού χώρου, υπεύθυνους, αρμόδιους του εκπαιδευτικού τομέα. Στηρίζουμε την προσπάθειά μας σε σωστές βάσεις.

**ΝΑΙ: κ. καθηγητά. Τι σκέπτεσθε για την εκπαίδευση, για μια σχολή που πρόκειται να ιδρύσετε;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Η Ακαδημία Ασφαλιστικών, Τραπεζικών και Χρηματοπιστωτικών Σπουδών αποτελεί ένα ίδρυμα που απευθύνεται σε πρώτη φάση στο μεταλυκειακό επίπεδο. Η διάρκεια των σπουδών είναι τριετής. Υπάρχουν τρεις κλάδοι

### ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Γεννήθηκε στην Αθήνα το 1935. Σπούδασε νομικά, πολιτικές και οικονομικές επιστήμες στο Πανεπιστήμιο Αθηνών και συνέχισε τις μεταπτυχιακές του σπουδές στα Πανεπιστήμια της Βόννης και Κολωνίας. Έλαβε το διδακτορικό του δίπλωμα στα οικονομικά από το Πανεπιστήμιο της Κολωνίας το 1967.

Υπήρξε καθηγητής στο Ελεύθερο Πανεπιστήμιο του Δυτικού Βερολίνου και στο Πανεπιστήμιο Νάιμεγκεν της Ολλανδίας. Έχει δημοσιεύσει εργασίες και μελέτες στα ελληνικά, γερμανικά, αγγλικά, γαλλικά, ολλανδικά, ιταλικά και ιαπωνικά σε θέματα διεθνούς οικονομίας, οικονομικής ανάπτυξης, οικονομικής πολιτικής και οικονομικής της εργασίας.

Είναι Πρόεδρος του Ινστιτούτου Μελέτης της Ελληνικής Οικονομίας (Ι.Μ.Ε.Ο.) και της Ελληνικής Εταιρίας Κοινωνικών Επιστημών (Ε.Ε.Κ.Ε.), και μέλος πολλών ξένων και διεθνών επιστημονικών ιδρυμάτων και εταιριών.

σπουδών: Ο ασφαλιστικός, ο τραπεζικός και ο χρηματοπιστωτικός. Μετά από δύο εξάμηνα σπουδών κοινά για όλους τους κλάδους ακολουθεί η επιλογή. Στο τρίτο και τέταρτο εξάμηνο γίνεται γενική εκπαίδευση στον κλάδο και στο πέμπτο και έκτο εξειδίκευση σε ειδικότητες. Είναι υποχρεωτική η εκμάθηση χρήσης Η/Υ και μιας τουλάχιστον ξένης γλώσσας. Προβλέπεται η αποστολή στο εξωτερικό μετά το έκτο εξάμηνο σε αντίστοιχες σχολές του εξωτερικού και η πρακτική άσκηση κάθε εξάμηνο σε εταιρίες, γραφεία κ.λπ.

**ΝΑΙ: Τι ειδικότητες θα βγάξει η Ακαδημία;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Παραδειγματικά, ασφαλιστικούς συμβούλους, ασφαλιστικούς μάνατζερς, χρηματοπιστωτικούς συμβούλους, ειδικούς κατά κλάδο (Πυρός, μεταφορές, αυτοκίνητο, κ.λπ.), λογιστές, βοηθούς αναλογιστές, συμβούλους κινδύνων, ασφαλειομεσίτες, ελεύθερους ασφαλιστές (πράκτορες) κ.λπ.

**ΝΑΙ: Σε ποιους απευθύνεται η Ακαδημία;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Στα παιδιά που βγαίνουν από τα λύκεια. Αντί να πηγαίνουν στις διάφορες σχολές για να μάθουν business administration τους προσφέρουμε τη βασική γνώση για νέα, επικερδή επαγγέλματα, άγνωστα μέχρι τώρα, σε κλάδους του μέλλοντος. Πολλοί ασφαλιστές που διαχειρίζονται μεγάλα χαρτοφυλάκια θέλουν να προετοιμάσουν τα παιδιά τους σαν διαδόχους τους στις επιχειρήσεις που έχουν. Εδώ ζητάμε από τον κλάδο με διαφήμιση να προετοιμάσει και καλλιεργήσει το έδαφος για τα νέα επαγγέλματα.

**ΝΑΙ: Τι άλλο ζητάτε από τις εταιρίες;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Να θεσπίσουν υποτροφίες, να μας δώσουν στελέχη σαν καθηγητές στην Ακαδημία και να συμμετάσχουν στα συμβουλευτικά όργανα του ΚΕΑΜΜΑ και της Ακαδημίας. Δίνουμε την Ακαδημία στον κλάδο να την ελέγξει.

**ΝΑΙ: κ. Νικολινάκο, η Ακαδημία δεν θα δώσει ευκαιρίες σε ασφαλιστές να γίνουν μέλη της, ή να σπουδάσουν;**

**ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ:** Αυτό μας το ζήτησαν πολλοί ασφαλιστές. Στη φάση αυτή σχεδιάζουμε ένα ετήσιο τμήμα για ασφαλιστικούς συμβούλους, το οποίο θα τελειώνει με εξετάσεις, θα έχει υψηλά standards, θα παρέχει δίπλωμα και τον τίτλο του «εταίρου» της Ακαδημίας. Θα γνωστοποιήσουμε το πρόγραμμα αυτό το φθινόπωρο, αφού αρχίσει ο πρώτος κύκλος σπουδών του μεταλυκειακού επιπέδου. Στο εξής, θα προβαίνουμε τακτικά σε ανακοινώσεις, για να πληροφορούμε τον κλάδο.

**ΝΑΙ: κ. καθηγητά, όλα αυτά είναι**

(Συνέχεια στη σελ. 71)

## Το χρώμα του βαποριού

*Μοιάζουν ή δε μοιάζουν οι ασφαλιστές με τα παιδιά που βλέποντας τη συμπεριφορά τους καταλαβαίνουν ποια ανατροφή έχουν πάρει από τους γονείς τους;*

**Γράφει ο:**  
**ΑΝΑΣΤ. ΓΙΑΝΝΟΠΟΥΛΟΣ**  
από το **Λαύριο**

Τελευταία έλαβα μέρος σε μια κρουαζιέρα της εταιρίας μου.

Ήταν βράδυ αργά που βγήκα στην κουπαστή ολομόναχος, με μοναδική παρέα ένα τσιγάρο.

Απέναντί μου τίποτε φώτα, τίποτε στεριές, κανέναν θόρυβος, μόνο η πανέμορφη μουσική που κάνει η θάλασσα όταν τη σχίζει το καράβι. Ήθελά μου πέταξε αμέσως το μυαλό στα χρόνια τα παλιά, τον καιρό που όργωνα τους ωκεανούς με τα καράβια του Εμπορικού Ναυτικού. Και θυμήθηκα, πόσα δεν θυμήθηκα!

Βρέθηκα ασυνείδητα καταμεσής στον Ειρηνικό με το «AL-TIS». Τι βαπόρι! Τι άνθρωποι ήταν εκείνοι! Κάθε βράδυ -μα κάθε βράδυ- τραγούδια με κιθάρα.

Ο καπετάν-Χρύσανθος (ο Πλοίαρχος) - παιδί μάλαμα, ο μάστρο-Χρήστος (Α΄ Μηχανικός), ο μάστρο-Γιώργης (Γ΄ Μηχ/κός), ο καπετάν-Μιχάλης (Ανθυποπλοίαρχος), ο Λοστρόμος, δύο ναύτες, και οι γυναίκες του Πλοίαρχου και του Α΄ Μηχανικού, ήταν οι μόνιμοι κανταδόροι. Όταν τους άκουγες ήταν ένα χάρμα, η τέλεια χρωδιά. Μεζέδες ιδιαίτερους προμηθευόνταν η καπετάνισσα και η πρωτομηχανικά από τη Σιγκαπούρη, σαμπάνιες και το περίφημο κόκκινο κινέζικο κρασί έπαιρνε με τις κάσες ο καπετάνιος από τη Σαγκάη. «Το βαπόρι της Χαράς» τό 'χαμε βγάλει. Από δουλειά; Φωτιά παίρνανε τα ματσακόνια και τα πινέλα στο πέλαγο, τα βίντζια στο λιμάνι.

Το ελληνικό φιλότιμο ήταν εκεί σ' όλο του το μεγαλείο! Την ίδια παρέα έκανες με όλους και με αξιωματικούς και με πλήρωμα. Ήταν όλοι τους από οικογένειες σωστές. Μιλάμε για ταξίδια λογκάδα (μακρινά) όλο Ειρηνικό και το κέφι δεν έλειψε. Μιλάμε για εποχές δύσκολες (πριν το 1970) που παρακαλούσες σχεδόν για να μπαρκάρεις, κι όμως ο καθένας τους έμνε επίτηδες ξέμπαρκος και 8 και 12 μήνες περιμένοντας να «χηρέψει» θέση για να

ξαναπεί στο ίδιο βαπόρι. Είχαν όλοι τους 3 και 4 φορές μέσα στο ίδιο βαπόρι. Ο καπετάν-Χρύσανθος ήταν «σωστός κρίκος» ανάμεσα στην εταιρία και το πλήρωμα. Όλα πήγαιναν ρολόι. Πολύ χαμόγελο-πολλά δουλειά-πολλά κέρδη ο πλοιοκτήτης.

Θυμήθηκα και το «Western Eagle». Όταν πρωτοπήγα σ' αυτό, πλοίαρχος ήταν ο καπετάν-Μικέας. Ένας άνθρωπος που ήξερε και ακολουθούσε όλες τις γραμμές, εκτός από την ευθεία. Μια φορά, φθάνοντας στη Βενεζουέλα που θα φορτώναμε 26.000 τόνους μινεράλι μέσα σε 6 ώρες, λέει στον Υποπλοίαρχο -ένα παιδί άγιο- (που φυσιολογικά εποπτεύει τη φόρτωση): «Καπετάν-Νίκο, έχεις κουρασθεί πολύ στο πέλαγος, άντε έξω να πιεις μια μπίρα και το φορτώνω εγώ το βαπόρι». Το έκανε να γέρνει δεξιά να γέρνει εμπρός, σαν περισπώμενη το έκανε. Αποκλείεται να μπορούσε να φύγει για ταξίδι. Στην εταιρία κατηγορήσε ότι ο Υποπλοίαρχος το έκανε.

Μιαν άλλη φορά, στο μηχανοστάσιο έγινε μια βλάβη και χρειάστηκε να σταματήσουμε, να σβήσει η μηχανή για 5-6 ώρες (ευτυχώς που ήταν και μπουνάτσα). Ωστόσο, έπρεπε να ενημερωθεί και η εταιρία με τηλεγράφημα, στο οποίο οι Μηχανικοί έκαναν την αναφορά τους. Στο τέλος όμως του τηλεγραφήματος ο καπετάν-Γλωϊώδης (έτσι τον είχαμε βγάλει) έγραψε: «Μπορεί οι Μηχανικοί να λένε έτσι, αλλά κατά τη δική μου γνώμη η βλάβη είναι εκεί και πρέπει να γίνει αυτό». Σε όλα δηλαδή είχε τη δική του αρρωστημένη γνώμη, σ' όλα και για όλους κατηγορητήριο. Μια μαύρη ατμόσφαιρα απλώνονταν παντού, μαύρο το χρώμα του βαποριού.

Σε 2-3 μήνες -ευτυχώς- η εταιρία τον έδιωξε. Τι να το κάνεις; Στο διάστημα αυτό έφυγαν ένα σωρό δραστήριοι και αξιοπρεπείς άνθρωποι, που ΔΕΝ άντεξαν το κλίμα.

Αντικατεστάθη από τον καπετάν-Γιώργη. Ένας πανύψηλος αγριάνθρωπος, που τα μαλλιά του ήταν σαν πρόκες 16x21 όρθιες. Διέκρινες όμως -από την πρώτη στιγμή- μια τρομερή σταθερότητα στις κουβέντες και στις εξηγήσεις του. Την

πρώτη εβδομάδα τον έτρεμαν και λαμαρίνες και άνθρωποι. Γιατί; Από την πρώτη ημέρα σε όλες τις ειδικότητες είπε: «Αυτό το θέλω έτσι, αυτό το θέλω αλλιώς» και επί μία εβδομάδα -πώς άντεξε το θεριό- δεν έκλεισε μάτι. Παρακολουθούσε -επόπτευε- από κοντά τα πάντα, αν επραγματοποιούντο όπως είχε πει.

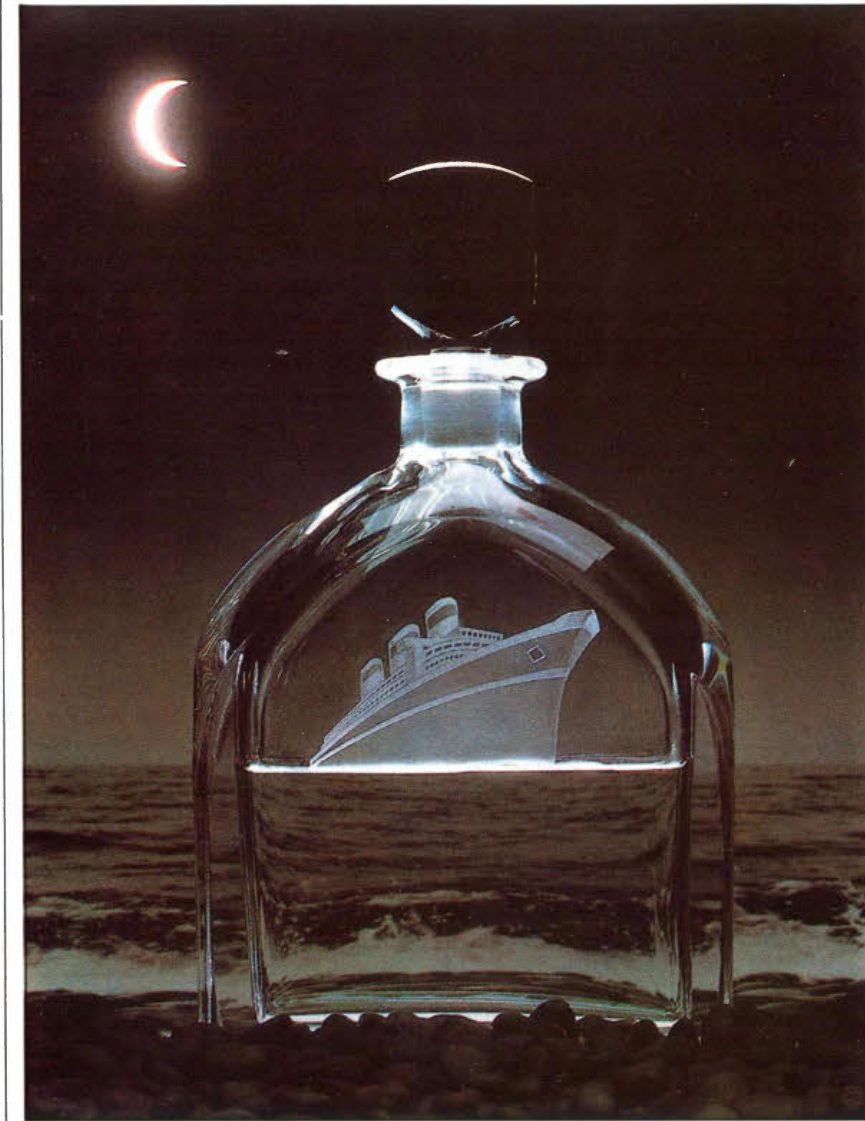
Μετά; Αμέσως φάνηκε η αλλαγή, αμέσως έγινε το χρώμα του βαποριού λαμπερό. Γιατί; Γιατί ο καπετάν-Γιώργης ήταν άνθρωπος που ήθελε να γίνονται οι δουλειές «σωστά», να ταξιδεύουμε εν ασφαλεία, και για όλα τ' άλλα «καθάριζε» εκείνος. Μέχρι σημείου, που σ' ένα λιμάνι ένας Ανθυποπλοίαρχος από αδέξια κίνηση έσπασε ένα βίντζι. Το κατέστρεψε τελείως και μιλάμε για πολλά χρήματα ζημιά. Μαζεύει ο καπετάν-Γιώργης στο σαλόνι όλο τον κόσμο -αξιωματικούς και πλήρωμα- και τους λέει: «Σε λίγο θα έλθουν μέσα οι ιθύνοντες της εταιρίας. Μην διανοηθεί κανείς να μαρτυρήσει ποιος έσπασε το βίντζι, θα τον σβήσω από το χάρτη».

Ήλθαν Αρχιπλοίαρχος και Αρχιμηχανικός: «Ποιος έσπασε το βίντζι»; Εγώ! «Έλα καπετάν-Γιώργη, τι δουλειά έχεις εσύ στην κουβέρτα να δουλεύεις το βίντζι; Πες μας ποιος είναι»; Εγώ! Τελικά δεν έμαθαν ποτέ, πήρε την ευθύνη επάνω του. Έτσι του άρεσε να τα παίρνει όλα επάνω του με μοναδικό αντάλλαγμα τη ΣΩΣΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ. Από εκεί και πέρα; Και οι μισθοί γεροί και οι υπερωρίες ακριβοπληρωμένες και γλέντια μέσα στο βαπόρι και έξω στο λιμάνι. Όλοι περάσαμε μια ζωή αξέχαστη μαζί του.

Ας τον έχει ο Θεός καλά και τον καπετάν-Γιώργη και τον καπετάν-Χρύσανθο και όλους όσους κατάφεραν ΠΟΛΛΗ ΔΟΥΛΕΙΑ, ΣΩΣΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ- ΜΕ ΧΑΜΟΓΕΛΟ.

Ώρα παίρνει το γράψιμο, όμως ολ' αυτά, εκεί στην κουπαστή του κρουαζιερόπλοιου πέρασαν σαν αστραπή απ' το μυαλό, αφήνοντας ένα γλυκό κατακάθι στην ψυχή. Και το τσιγάρο κρατούσε λίγο ακόμη, μια και ΔΕΝ ήθελα να φύγω. Αγνώστους μακριά τα χαμηλά αστέρια στο αγκάλιασμά τους με τη σαγηνευτήρα θάλασσα μεσ' την ήρεμη νύχτα που σμίγει τα πάντα.

Γλίστρησε το μυαλό μου και δεν απέφυγα τη σύγκριση. Μοιάζει το βαπόρι με όλο το υποκατάστημα; Ναι; Μια μικρή κοινωνία το ένα, μια μικρή κοινωνία το άλλο. ΝΑΙ, για



μένα μοιάζουν. Πλοίαρχος ο ένας, διευθυντής υποκ/τος ο άλλος. Να, και κάτι άλλο που τους ενώνει: «η προσωπικότητα είναι το σύνολο βιολογικών, ψυχολογικών και πνευματικών χαρακτηριστικών που καθορίζονται κληρονομικά και εξελίσσονται στο περιβάλλον». Επομένως; Από το ποιος είναι ο Δ/ντής θα εξαρτηθεί απόλυτα και το κλίμα -ΤΟ ΧΡΩΜΑ- που θα επικρατεί στο υποκατάστημα.

Και πώς μπορεί το χρώμα του υποκαταστήματος να είναι είτε μαύρο είτε λαμπερό;

Εύκολα μπορούμε να το δούμε από μερικά περιστατικά που μου έχουν αφηγηθεί αρκετοί συνάδελφοι στα οικ ολίγα χρόνια που υπηρετούν τον ιερό θεσμό των ασφαλειών:

1) Τοπικός στόχος του υπ/τος δεν ανακοινώνεται παρά μόνο σε δύο «στους δικούς» για να προβληθούν μόνον εκείνοι.

Σίγουρα όμως θα γίνει αντιληπτό και στους άλλους, μόλις υλοποιηθεί ο στόχος -η εκδρομή- ας πούμε- οπότε στους άλλους με το δίκιο τους μειώνεται η όρεξη και βραίνει το κλίμα.

2) Κάνει λάθη η Γραμματεΐς, δεν θέλει κανείς ούτε να την διώξει ο Δ/ντής ούτε καν να την επιπλήξει, αλλά τουλάχιστον να προσπαθήσει να τη διορθώσει. Αν όμως παίρνει το μέρος της ανοιχτά ενώπιον των Ασφαλιστών, αυτό είναι λάθος και το χρώμα μαυρίζει.

3) Αν επάνω στη δουλειά μας έχει ένας Ασφαλιστής μια απορία και ο Δ/ντής δεν γνωρίζει τη σωστή απάντηση (καλά κάνει -δικαιούται- άνθρωπος είναι) και υπόσχεται να ρωτήσει το αρμόδιο τμήμα. Όμως, αν και στην επόμενη και στη μεθεπόμενη συγκέντρωση δεν φέρνει απάντηση, ε, αυτό δεν είναι σωστό.

4) Αν ένας-δύο Ασφαλιστές είναι δρα-

στήριοι, έξυπνοι, υπεύθυνοι και φέρνουν μεγάλη παραγωγή, να μην προσπαθεί ο Δ/ντής με χίλιους τρόπους να τους μειώσει, να τους κόβει την όρεξη από φόβο μην του πάρουν τη θέση. Αυτό καταντά από αστειό μέχρι τραγικό. Και αποτέλεσμα; Μια-δύο-τρεις θα φύγουν αυτοί οι ταλαντούχοι που δεν τους ταιριάζει το κλίμα. Ένα σωρό ταλέντα έχουν χαθεί επειδή ο Δ/ντής επιμένει να κρατάει τον κόσμο του στο καθορισμένο επίπεδο. Κι αν μερικοί πάνε στον ανταγωνισμό, πάει καλά, το θεσμό εξακολουθούν να υπηρετούν. Οι περισσότεροι απ' αυτούς όμως απομακρύνονται τελείως από το επάγγελμα, από φόβο μην τους ξανατύχουν τα ίδια.

5) Αυτή η LIMRA -ο θαυμάσιος αυτός εκπαιδευτικός οργανισμός- τα λέει περίφημα στους Δ/ντές. Όμως, μαρκετινγκ δεν σημαίνει πώς να ξεγελάμε τους άλλους. Ποιος φέρνει αντίρρηση στις πολλές γνώσεις. Εξελίξιμο ον είναι ο άνθρωπος! Όμως η καθαρή εξήγηση πρέπει να υπερέχει. Η ευθεία γραμμή είναι πάντα η καλύτερη και η πιο σύντομη.

6) Όταν αναφέρεται στον Επιθεωρητή, να αναφέρεται αντικειμενικά και όχι αναλόγως με συμπάθειες ή αντιπάθειες.

7) Και λίγη ποιότητα δεν βλάπτει. Αν όμως ο Δ/ντής ΔΕΝ καλλιεργεί την ευγενή άμιλλα, αν δεν ποιοθετεί τον πρώτο, τον δεύτερο, τον τρίτο, εκεί που τους αρμόζει με τρόπο που οι άλλοι να τους καμαρώνουν και παράλληλα να τους γεννιέται η όρεξη να τους φθάσουν και να τους ξεπεράσουν μέσα σ' ένα κλίμα αγάπης και φιλίας. Αν καλλιεργείται ένα κλίμα μίσους για τους πρώτους, αν καλλιεργείται εσωτερικός ανταγωνισμός μέσα στο υποκατάστημα, αυτά όλα είναι καθαρή ατζαμοσύνη του Δ/ντή και το χρώμα του υποκ/τος είναι ΜΑΥΡΟ. Κι αν ο Δ/ντής πάει σε υποψήφιο πελάτη κάποιου ασφαλιστή και του πει: «Άσε, θα σε ασφαλίσω εγώ που τα ξέρω καλύτερα». Κι αν ο άλλος ασφαλιστής λέει: «Καλά που έλειπε 10 ημέρες ο Δ/ντής μου και έκανα τρεις φορές περισσότερες αιτήσεις», ε, ειλικρινά αυτό δεν ξέρω τι ΧΡΩΜΑ ΥΠΟΚ/ΤΟΣ συνθέτουν.

Υπάρχουν ευτυχώς και αρκετά, πάρα πολλά, τα περισσότερα, ευτυχώς υποκαταστήματα, όπου η συγκέντρωση κρατάει και τρεις και τέσσερις ώρες και δεν καταλαβαίνεις πότε πέρασε η ώρα. Ακούγονται πολύ ενδιαφέροντα θέματα εκεί μέσα από Δ/ντές που δίνουν πραγματικό ρεσιτάλ, σε μια ατμόσφαιρα δροσερή-χαμογελαστή και όταν τελειώσει, ΟΛΟΙ αισθάνονται τις μπαταρίες τους γεμάτες, να ξεχουθούν με καινούργια όρεξη στην αγορά. Καληνυχτίζονται οι ασφαλιστές με χτυπήματα στην πλάτη, με φιλία, με αγάπη μεταξύ

(Συνέχεια στη σελ. 71)

# Asfinance ή Allfinanz ή Bancassurance?

Οι Έλληνες ασφαλιστές και οι διεθνείς τάσεις στις χρηματοοικονομικές υπηρεσίες

Γράφει ο **Κ. ΧΟΛΕΒΑΣ**  
**Δ. Μάρκετινγκ**  
της **CONTINENTAL**

## Α. Τάσεις και συνεργασίες

Στην Ευρώπη κυκλοφορούν διάφοροι νεολογισμοί: π.χ. οι Γάλλοι μιλούν για Bancassurance, οι Γερμανοί για Allfinanz, οι Άγγλοι για Fatal Attraction, δηλ. μοιραία προσέλευση μεταξύ τραπεζών και ασφαλιστικών εταιριών. Ίσως κάποτε δούμε κι ένα νέο όρο με ελληνική... συμβολή όπως π.χ. Asfinance (ασφάλειες-Financial Services).

Το βέβαιο, πάντως, είναι ότι όλοι βλέπουν τη σύγκλιση ως το κυριότερο γεγονός της δεκαετίας 1990-2000. Στη δεκαετία των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών η απόσταση μεταξύ τραπεζικών και ασφαλιστικών εργασιών θα γεφυρωθεί κατά τρόπο εντυπωσιακό.

Νέες εταιρίες εμφανίζονται, παλιότερες συγχωνεύονται ή συνεταιρίζονται, νέα προϊόντα και υπηρεσίες προσφέρονται στη διάθεση του μέσου αποταμιευτή. Κι αυτός προσπαθεί να ενημερωθεί σωστά, αναζητώντας την απάντηση των προβλημάτων και αποριών του στον ασφαλιστή του. Ή, για να είμαστε πιο κοντά στην ορολογία της νέας δεκαετίας: Στον Οικονομικό και Ασφαλιστικό του Σύμβουλο.

Ποιές είναι οι πιο έντονες τάσεις που φαίνονται να κυριαρχούν στο διεθνές Χρηματοοικονομικό πεδίο;

α) Κατ' αρχάς παρατηρείται μία τάση για συγχωνεύσεις μικρών και μεσαίων εταιριών, ώστε να δημιουργηθούν μεγάλα συγκροτήματα. Εμφανής στόχος η βελτίωση της ανταγωνιστικής θέσεως και ειδικά για την Ευρώπη, η αξιοποίηση των δυνατοτήτων της Ενιαίας Ευρωπαϊκής Αγοράς. Λιγότερο εμφανής στόχος, τουλάχιστον δεν δηλώνεται σαφώς, είναι η αντιμετώπιση ενδεχόμενης ιαπωνικής διεισδύσεως. Στις ΗΠΑ άρχισε να γίνεται αισθητός ο ανατέλλων ήλιος της Άπω Ανατολής. Η Daiichi Mutual Life αγόρασε το 10% της Lincoln National Life, μιας μεγά-



λης αμερικανικής ασφαλιστικής εταιρίας.

β) Φυσικά, είναι έντονη και η τάση για πολύπλευρη συνεργασία ή και συγχώνευση μεταξύ τραπεζικών και ασφαλιστικών οργανισμών. Για παράδειγμα, η γαλλική τράπεζα BNP υπέγραψε συνεργασία με την ασφαλιστική εταιρία UAP. Ο κάθε εταίρος αναλαμβάνει να χρησιμοποιήσει το δίκτυό του για προώθηση των προϊόντων του άλλου εταίρου. Είναι εύγλωττο το συμπέρασμα ότι το καίριο όφελος από την προσέγγιση τραπεζών-ασφαλειών είναι η διεύρυνση των δικτύων πωλήσεων με παράλληλη μείωση του κόστους Marketing.

Στην Ολλανδία οι τάσεις για προσέγγιση και συγχώνευση γέννησαν μεγαθήρια, όπως το παιδί που γεννιέται αυτές τις ημέρες από το γάμο μεταξύ των ασφαλιστικής N-N και της τράπεζας NBM Post-Bank.

γ) Οι μικρότερες ασφαλιστικές εταιρίες, που για τον α ή β λόγο δεν επιλέγουν την οδό της συγχωνεύσεως ή της συνεργασίας, ανακαλύπτουν ως μέθοδο επιβιώσεως την εξειδίκευση σ' ένα προϊόν ή σ' ένα τμήμα της αγοράς. Όσο κι αν φαίνεται παράξενο, στην Ισπανία μία ασφαλιστική εταιρία διάλεξε να ειδικευθεί στην κάλυψη των εξόδων κηδείας!

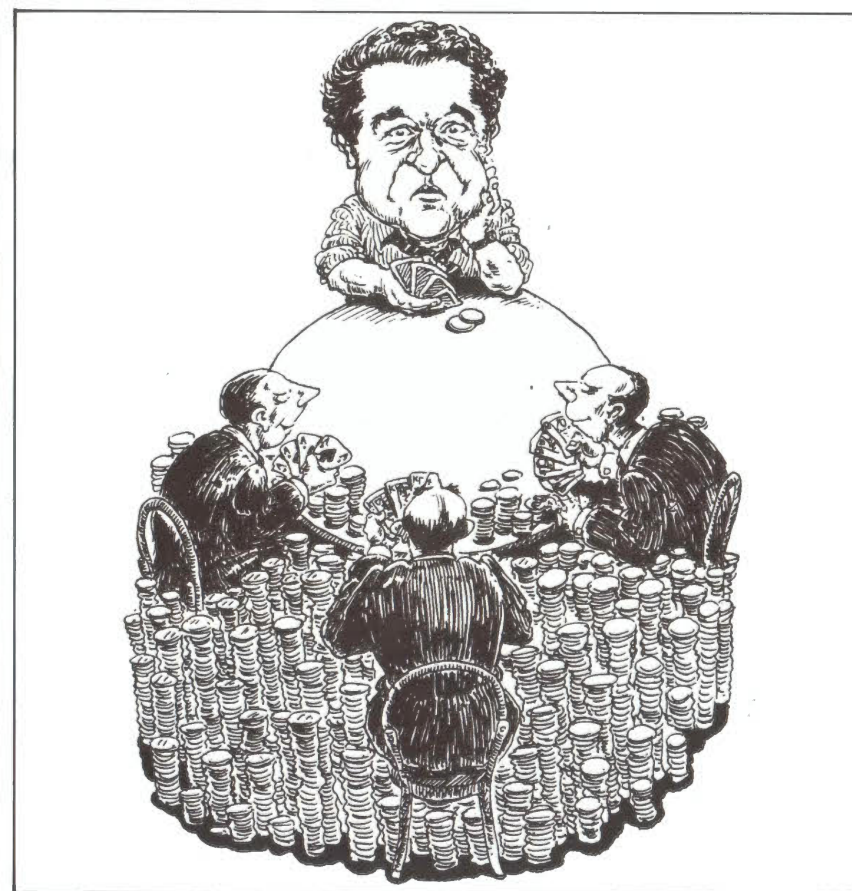
δ) Οι εξελίξεις στις επικοινωνίες, στην τεχνολογία και στη σταδιακή κατάρ-

γηση των οικονομικών συνόρων οδηγούν σε διεθνοποίηση των υπηρεσιών. Μερικοί μιλούν ακόμη και για παγκοσμιοποίηση (Globalisation). Η αλήθεια είναι ότι ο ευρωπαϊκός χώρος προσφέρεται περισσότερο για ευδοκίμηση αυτών των τάσεων. Είναι χαρακτηριστικό το παράδειγμα της ελβετικής ασφαλιστικής εταιρίας ZURICH INSURANCE, η οποία εξέδωσε το EUROPOLICY (Ευρω-Ασφαλιστήριο). Πρόκειται για ένα συμβόλαιο που περιλαμβάνει ένα συνδυασμό διεθνών όρων γενικής ισχύος και εθνικών όρων που έχουν την ευελιξία να προσαρμόζονται στα ισχύοντα στις επιμέρους ευρωπαϊκές χώρες.

ε) Κάποιος ειδικός που παρακολουθεί από κοντά τις εξελίξεις έκανε την εξής διαπίστωση: «Σε λίγα χρόνια οι τράπεζες θα ανεβαίνουν στους επάνω ορόφους και οι ασφαλιστικές εταιρίες θα καταλαμβάνουν τα ισόγεια!». Μ' άλλα λόγια οι τράπεζες θα αναλαμβάνουν περισσότερο επιτελικά και στρατηγικά καθήκοντα, ενώ οι ασφαλιστικές εταιρίες με τα εκτεταμένα δίκτυα πωλητών και συμβούλων θα επωμισθούν σε συντριπτικό βαθμό την επικοινωνία με τον πελάτη δηλαδή το τρίπτυχο: ενημέρωση, πώληση, εξυπηρέτηση.

στ) Η απλή λογική, επικυρωμένη και από έρευνες αγοράς, διδάσκει, ότι ο κάθε πελάτης προτιμά να συζητεί και να εξυπηρετεί τις ανάγκες οικονομικού προγραμματισμού του μ' έναν ασφαλιστή, μ' ένα υποκατάστημα, μια εταιρία, χωρίς πολυδιάσπαση χρόνου και υπηρεσιών. Έτσι οδηγούμαστε στη δημιουργία χρηματο-οικονομικών super market, όπου ο κάθε ενδιαφερόμενος θα μπορεί να διαπραγματευτεί για ένα μεγάλο φάσμα προϊόντων, όπως ασφάλεια Ζωής, ασφάλεια Περιουσιακών Στοιχείων, Αμοιβαίο Κεφάλαιο ή ασφάλιση συνδεδεμένη με Αμοιβαίο Κεφάλαιο, Στεγαστικό Δάνειο, Πιστωτική κάρτα, Επικουρική Σύνταξη κ.ά.

ζ) Μιλώντας για σύνταξη θα πρέπει να θυμηθούμε και την τεράστια δημογραφική κρίση που μαστίζει την Ευρώπη (και την Ελλάδα βεβαίως). Η υπογεννητικότητα οδηγεί σε αύξηση



του ποσοστού των ηλικιωμένων μέσα στις κοινωνίες, πράγμα που συνεπάγεται αυξημένες ανάγκες συνταξιοδοτήσεως και ιατρικής περιθάλψεως. Δεδομένων δε των προβλημάτων και της υπερφορτώσεως των Κοινωνικών Ταμείων, οι χρηματοοικονομικοί οργανισμοί που θα προέλθουν από τη σύγκλιση τραπεζών-ασφαλειών, θα σπεύσουν να εκμεταλλευθούν αυτή τη νέα αγορά. Την πολυάριθμη ομάδα καταναλωτών που αναζητούν σύνταξη και ασφάλιση για την τρίτη και τέταρτη ηλικία!

## Β. Ελληνικές δυνατότητες

Οι Έλληνες ασφαλιστές και με την έννοια των εταιριών και με την έννοια των Πωλητών/Συμβούλων πρέπει να προσέξουν ιδιαίτερα τα εξής σημεία:

- 1) Να αξιοποιήσουν τις δυνατότητες της τεχνολογίας, χωρίς όμως όμως οι εταιρίες και οι πωλήσεις να γίνουν απρόσωπες. Ακόμη και σε ξένες χώρες, όπου το ασφαλιστήριο εκδίδεται αμέσως από τον computer του ασφαλιστή, το προσωπικό και η ανθρώπινη επικοινωνία παίζουν πρωτεύοντα ρόλο.
- 2) Να μεγιστοποιήσουν και βελτιστοποιή-

σουν τις διαδικασίες εκπαίδευσής και επιμορφώσεως όλων των εργαζομένων στην ιδιωτική ασφάλιση.

3) Να ζητήσουν τη συνεργασία των Κρα-

τικών Υπηρεσιών και των Συνδέσμων Καταναλωτών για την καλύτερη και πιο οργανωμένη ενημέρωση του απλού πολίτη εν όψει των νέων ασφαλιστικών και επενδυτικών υπηρεσιών που τον αφορούν κατά τρόπο άμεσο.

- 4) Στη συνεργασία τραπεζών και ασφαλιστικών εταιριών, που διαφαίνεται σαφώς και στη χώρα μας, οι ασφαλιστές πρέπει να κρατήσουν στα χέρια τους όσο το δυνατόν μεγαλύτερο τμήμα των διαδικασιών επικοινωνίας, πωλήσεως και εξυπηρέτησεως του πελάτη. Η προϋπάρχουσα εμπειρία και η ειδική ψυχούσθηση του ασφαλιστή του δίνει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι του «λιγότερο επιθετικού» και «περισσότερο εγκεφαλικού» τραπεζικού υπαλλήλου.
- 5) Είναι μεγάλη ευκαιρία για τις ασφαλιστικές εταιρίες, με τη διεύρυνση των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών τους -να προσφέρουν σημαντική εθνική υπηρεσία στις προσπάθειες που καταβάλλονται για αναβάθμιση του γεωοικονομικού ρόλου της Ελλάδος. Πρέπει να υποστηριχθεί κάθε κυβερνητική προσπάθεια -αχέτως κυβερνήσεως ή προσώπων- ώστε η μεν Αθήνα να καταστή ασφαλιστικός και επενδυτικός κόμβος μεταξύ ΕΟΚ και Μέσης Ανατολής, η δε Θεσσαλονίκη να διαδραματίσει αντίστοιχο ρόλο γέφυρας μεταξύ ΕΟΚ και Ελλάδος αφ' ενός και Βαλκανικών χωρών αφ' ετέρου. Οι γεωπολιτικές ανακατάξεις έχουν πολλές θετικές πτυχές, αρκεί να αξιοποιηθούν σωστά.

## Προγραμματίστε το χρόνο σας

Ο χρόνος δεν δανείζεται, δεν πουλιέται, δεν σταματάει: το μόνο που μπορούμε να κάνουμε, είναι να τον ξοδεύουμε σωστά. Αν και όλοι έχουμε τον ίδιο χρόνο—24 ώρες την ημέρα, επτά μέρες την εβδομάδα—κάποιοι τον χρησιμοποιούν πιο αποτελεσματικά από ό,τι άλλοι. Για να το πετύχετε και σεις, οργανώστε ως εξής τη ζωή σας:

- Κάντε μια λίστα με πράγματα που έχετε να κάνετε και μετά σβήστε ό,τι κάνετε.
- Αποφασίστε την προτεραιότητα που θα δώσετε στις διάφορες υποχρεώσεις σας.
- Φροντίστε να μην συμπέσουν δύο δουλειές την ίδια στιγμή.
- Κατανοήστε τη διαφορά μεταξύ απλής

δραστηριότητας και παραγωγικής εργασίας. Προσπαθήστε να είστε παραγωγικός και όχι απλώς δραστήριος.

- Αναλύστε το πώς χάσατε χρόνο μέσα στην ημέρα.
- Φροντίστε να καταλάβουν οι γύρω σας ότι ορισμένες στιγμές δεν πρέπει να σας ενοχλούν καθόλου.
- Διαπιστώστε ποιες στιγμές είστε περισσότερο αποδοτικοί και κάντε τότε τις πιο δύσκολες δουλειές.
- Μην επιζητάτε το τέλειο. Κάντε μόνο ό,τι είναι το καλύτερο δυνατό για σας.
- Καταπολεμήστε την αναποφασιστικότητα. Όταν δεν είστε σίγουρος για το τι θα κάνετε, πάρτε γρήγορα μία απόφαση.

# Η ασφαλιστική βιομηχανία το έτος 2050

Σπανίως μπορούμε να προβλέψουμε στο σύνολό τους τις επιπτώσεις των αλλαγών όταν συμβαίνουν.

**Άρθρο του  
Michael B. Peterson,  
Διευθυντή των Εκδοτικών  
Υπηρεσιών LIMRA  
(LIMPRA'S  
MARKETFACTS,  
July/August 1990)**

Ποιες επιπτώσεις θα έχει πάνω στην Ασφαλιστική Βιομηχανία η αυξανόμενη εκδηλωμένη τάση προς τον Διεθνισμό;

Φανταστείτε ότι παρακολουθείτε ένα Συνέδριο της Ασφαλιστικής Βιομηχανίας το οποίο διεξήχθη πριν από 50 χρόνια περίπου. Οι ακροατές είναι ακυθωροί, ή τουλάχιστον έτσι θα ήταν. Η χώρα είναι βυθισμένη μέσα στην κρίση και η βιομηχανία δεν έχει ακόμα αναρρώσει από την χρηματιστηριακή κρίση του 1929. Οι πωλήσεις Ασφαλειών Ζωής έχουν πέσει στο 58% του τζίρου που αντιπροσώπευαν 10 χρόνια πριν, ενώ η βιομηχανία εξακολουθεί να επιβαρύνεται ακόμα με το 85% του αριθμού των ασφαλιστών που είχε τότε.

Επιπλέον εφαρμόστηκε πρόσφατα ο θεσμός της Κοινωνικής Ασφάλειας. Πολλοί άνθρωποι του κόσμου της Ασφαλίσεως φοβήθηκαν ότι αυτό όχι μόνον προμηνούσε καταστροφές για την δουλειά αλλά επίσης ότι ήταν το πρώτο βήμα προς τον ύπουλο Σοσιαλισμό.

Και σαν να μην έφθαναν όλα αυτά όλοι συνειδητοποιούσαν ότι με τον πόλεμο που ξεκινούσε στην Ευρώπη και στην Απώ Ανατολή, δεν υπήρχε περίπτωση για τις Η.Π.Α. να γλιτώσουν από το να εμπλακούν σ' αυτή τη σύρραξη.

Όλοι λοιπόν είχαν λόγους να είναι απαισιόδοξοι. Ελάχιστα συνειδητοποιούμε ότι βρισκόμαστε στο κατώφλι της σπουδαιότερης περιόδου ανάπτυξης που γνώρισε ποτέ η Ασφαλιστική Βιομηχανία και ότι τα επόμενα πενήντα χρόνια οι πωλήσεις Ασφαλειών Ζωής θα περάσουν από 10 δισ. δολάρια στο ποσό των 1,3 τρις. δολάρια.

Πιστεύω ότι αυτή η ανασκόπηση μας πληροφορεί για δύο πράγματα σχετικά με τις αλλαγές.

Το πρώτο ότι τείνουμε να είμαστε απαισιόδοξοι όταν προβλέπουμε στις μακροπρόθεσμες προοπτικές των Ασφαλιστικών εργασιών. Κάθε μέρα κάποιος προβλέπει καταστροφές για την βιομηχανία. Λένε ότι το μέλλον δεν διαγραφόταν ποτέ τόσο απειλητικό. Προφανώς, δεν θα ήταν οι ίδιοι παρόντες το 1940 όταν οι προβλέψεις,

σκευή αυτή δεν παρουσιάζει καμιά αξία για μας».

Όχι μόνον είχαν άδικο για τις επικοινωνίες αλλά παρέβλεψαν επίσης το γεγονός ότι το τηλέφωνο θα είχε αντίκτυπο σ' όλες σχεδόν τις μορφές ανθρωπίνων σχέσεων, από το να κλείνει κανείς ένα ραντεβού μέχρι την διεξαγωγή ενός πολέμου, για να αναφέρουμε δύο από τις πιο ενδιαφέρουσες ανθρώπινες δραστηριότητες που άλλαξαν ριζικά με την ύπαρξη του τηλεφώνου.

Ήταν δυνατό να πιστέψουν ότι χάρη στο τηλέφωνο μια μέρα θα ήταν δυνατό να πάρει κάποιος χρήματα ενώ βρίσκεται μα-



τότε, θα ήταν μάλλον απελπιστικές.

Το δεύτερο, ότι οι ομιλητές της περιόδου που προέβλεπαν δραματικές αλλαγές είχαν απόλυτο δίκιο, αλλά οι αλλαγές που ουσιαστικά ήρθαν στο φως θα τους ξάφνιαζαν αφάνταστα. Όπως μας το υπενθυμίζει αυτή η ανασκόπηση, η αλλαγή είναι εντελώς απρόβλεπτη.

Σπανίως μπορούμε να προβλέψουμε στο σύνολό τους τις επιπτώσεις των αλλαγών όταν συμβαίνουν. Όταν πρωτοεμφανίστηκαν οι συσκευές τηλεφώνου, η τότε μεγαλύτερη εταιρία τηλεπικοινωνιών, η WESTERN UNION δήλωσε ότι: «Αυτό το τηλέφωνο έχει πάρα πολλές ατέλειες για να θεωρηθεί στα σοβαρά ως καλό μέσον επικοινωνίας. Η συ-

κρία από το σπίτι του και μόνο με το να πατήσει μερικά κουμπιά ενός εντοχιτισμένου κουτιού στις τέσσερις το πρωί μια Κυριακή; Ή ότι το τηλέφωνο θα επέτρεπε σ' οποιονδήποτε να στείλει με fax ένα έντυπο τυπωμένο από computer μέσα σε λίγα λεπτά; Πολύ πιθανό θα ρωτούσαν «Τι είναι αυτό;»

Γι' αυτό το λόγο όταν αναρωτιόμαστε ποιες θα είναι οι μακροχρόνιες επιπτώσεις της εμφανιζόμενης τάσης σχετικά με τον Διεθνισμό, μπορούμε να είμαστε αρκετά σίγουροι ότι θα είναι πιο δραματικές και ότι θα φθάσουν πολύ πιο μακριά απ' ό,τι θα τολμούσαμε ποτέ να φανταστούμε, ασχέτως από το πόση μεγάλη φαντασία διαθέτουμε.

Από την άλλη, όπως είπε κάποτε ένας

σοφός βραχμάνος, μπορεί η Ιστορία να μην επαναλαμβάνεται αλλά παίζει πάντα το ίδιο μουσικό θέμα.

Πιστεύω ότι είναι σωστό. Τα επιτεύγματα του παρελθόντος είναι η καλύτερη βάση πρόβλεψης για το μέλλον.

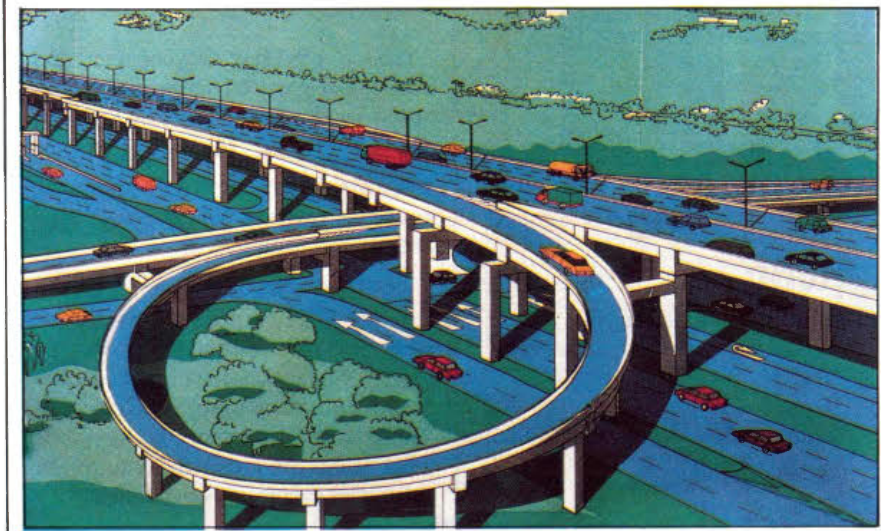
Τέσσερις δυνάμεις διαμορφώνουν τον κόσμο μας και θα συνεχίσουν να το κάνουν και στο μέλλον.

Η πρώτη είναι η καταναλωτική ζήτηση. Οι διανοούμενοι και οι ρομαντικοί θα ήθελαν να πιστεύουμε ότι ο Εθνικισμός, η Πολιτική, η Διπλωματία και ο Πόλεμος είναι εκείνα που διαμορφώνουν τον κόσμο και το μέλλον των κρατών. Η αλήθεια όμως είναι διαφορετική. Η ζήτηση της αγοράς είναι αυτή που διαμορφώνει το μέλλον. Απόδειξη αυτό που συνέβη στην Ανατολική Ευρώπη. Ξαφνιαστήκαμε βλέποντας ότι όταν οι Ανατολικογερμανοί πέρασαν το τείχος του Βερολίνου αντί να επισκε-

δύναμη τοποθετώντας ορισμένους ανθρώπους στην θέση να παράγουν πλούτο διαμέσου της δημιουργίας και διανομής καταναλωτικών αγαθών.

Όπως ήταν όλο και πιο δύσκολο να κρατήσει κανείς τις μηχανικές και βιομηχανικές καινοτομίες μυστικές για πολύ καιρό, οι φυσικοί πόροι και η γεωγραφική τοποθεσία έγιναν τα πιο σημαντικά στοιχεία για τον προσδιορισμό της οικονομικής δύναμης ενός Έθνους.

Σήμερα ωστόσο, μερικοί άγονοι βράχοι των ακτών της Ασίας, η Ιαπωνία, το Χόνγκ-Κόνγκ, η Σιγκαπούρη, έγιναν κέντρα οικονομικής δύναμης ενώ αντίθετως έθνη πλούσια σε πετρέλαιο και τοποθετημένα στα σταυροδρόμια του κόσμου δεν έγιναν. Αυτό συνέβη γιατί τα καταναλωτικά αγαθά με την μεγαλύτερη αξία σήμερα είναι: η Πληροφόρηση, τα Χρηματο-οικονομικά προϊόντα και οι Υπηρεσίες. Οι πρώτες ύ-



φθούν τα μνημεία —Σύμβολα της Ελευθερίας και της Ανεξαρτησίας— πήγαν να φωνίσουν.

Όσο πίσω και αν κοιτάμε, π.χ. όταν η ευημερία της Φλωρεντίας δημιούργησε την Αναγέννηση, ή όταν ο Κολόμβος έψαξε για έναν καλύτερο δρόμο για το εμπόριο των καρυκευμάτων, η επιθυμία για καταναλωτικά αγαθά και το κέρδος που επιφέρουν είναι αυτό που προκάλεσε πλήθος μεγάλων ιστορικών μεταβολών.

Η δεύτερη δύναμη που διαμόρφωσε τον κόσμο είναι η εναλλακτικότητα των πηγών οικονομικής εξουσίας.

Πλεονεκτήματα όπως είναι το κλίμα, οι πρώτες ύλες, η πρόσβαση σε εμπορικούς δρόμους και οι μηχανικές καινοτομίες δημιούργησαν ανά την Ιστορία οικονομική

δύναμη και τα εργατικά δεν αντιπροσωπεύουν πλέον την αξία ενός προϊόντος. Ένα αντιστατικό που αναμορφώνει σήμερα τον πολιτισμό μας, δηλαδή ο ηλεκτρονικός μικροεπεξεργαστής από σιλικόνη, περιέχει 1% πρώτης ύλης και 99% φαϊς ουσίας.

Το αξιοσημείωτο είναι ότι υπάρχουν λίγα φυσικά πλεονεκτήματα σήμερα. Όταν μιλάμε για ανταγωνισμό στην αγορά όλοι είναι στην ίδια μοίρα.

Η τρίτη δύναμη που διαμορφώνει τον κόσμο είναι η τεχνολογία.

Αυτό που εντυπωσιάζει περισσότερο με το θέμα της τεχνολογίας είναι οπότε είναι δύσκολο ευκολότερο και το αργό ταχύτερο. Μπορούμε να πάμε στο φεγγάρι γρηγορότερα από το χρόνο που θα έκανε το PONY EXPRESS (ταχύ ταχυδρομείο στις αρχές του

αιώνα) για να παραδώσει ένα γράμμα από το ST JOSEPH του ΜΙΣΣΟΥΡΙ στο SACRAMENTO της CALIFORNIA.

Η τέταρτη δύναμη είναι η αυξανόμενη ασχετοσύνη των κυβερνήσεων. Σπανίως συμβαίνει πια κάτι συναρπαστικό ή καινούργιο στην WASHINGTON. Εάν δεν υπήρχαν τα σκάνδαλα, οι απάτες και οι τρομερές διαμάχες πάνω σε θέματα όπως το κάψιμο σημαίας και η χρηματοδότηση πορνογραφικής τέχνης από το κράτος, τα μεγάλα τηλεοπτικά κανάλια θα είχαν κλείσει τα γραφεία τους.

Το ίδιο ισχύει παντού. Η Βόννη, το Λονδίνο, η Ρώμη, το Παρίσι, το Τόκιο, η Μόσχα, δεν είναι πια τα κέντρα αλλαγών που ήταν κάποτε. Όχι μόνον μετατοπίστηκε η επιρροή από τις μεγάλες πρωτεύουσες του κόσμου, αλλά, και οι βιομηχανίες δεν έχουν πια την ανάγκη να τοποθετούνται εντός μεγάλων κέντρων. Οι εταιρίες άρχισαν να μετακομίζουν στα προάστια. Μερικές μάλιστα πηγαίνουν στην ενδοχώρα.

Σύντομα χάρις τις τεχνολογικές ανακαλύψεις όπως είναι οι οπτικές ίνες, οι Ανώνυμες Εταιρίες θα αποτελούνται από χιλιάδες άτομα που θα μπορούν να δουλεύουν (και να επικοινωνούν) σ' όποια τοποθεσία προτιμούν. Τα επιτελικά γραφεία των εταιριών θα είναι και αυτά μικρότερα.

Οι γραφικές εργασίες, η συντήρηση και οι εργασίες υποστήριξης θα δίδονται σε εξωτερικούς συνεργάτες. Για τις Ασφαλιστικές Εταιρίες αυτό μπορεί να συμπεριλάβει λειτουργίες όπως: η ανάπτυξη νέων προϊόντων, το Τμήμα Εξυπηρέτησης των κατόχων ασφαλιστηρίων, τις Αποζημιώσεις, τα Νομικά, Ιατρικά και Λογιστικά Τμήματα.

Αυτό θα συμβεί όχι μόνο για τον λόγο που όταν οι εργασίες αυτές γίνονται εντός επιχείρησης προκαλούν μεγάλη εντατικοποίηση κεφαλαίου, αλλά επίσης επειδή για τους υπαλλήλους μέσα σε μια εταιρία δεν υπάρχει ανταγωνισμός, άρα δεν υπάρχουν κίνητρα για να βελτιωθεί η παραγωγικότητά τους ή για να ελέγχονται τα κόστη τους.

Οι ανεξάρτητοι συμβαλλόμενοι από την άλλη, ξέρουν πολύ καλά ότι θα χάσουν τη δουλειά τους αν δεν μπορούν να προσφέρουν εξυπηρέτηση ποιότητας σε μια λογική τιμή.

Αυτές οι τέσσερις δυνάμεις δουλεύοντας συγχρόνως θα μας οδηγήσουν σ' ένα πολύ μικρό κόσμο στον οποίο κανένας δεν θα έχει φυσικό πλεονέκτημα. Το Μάρκετινγκ των soft προϊόντων (πληροφορική, υ-

πηρεσίες) θα είναι η κινητήρια δύναμη, και όλες οι τυχόν εξελίξεις θα είναι ταχύτατες και γενικές με ισάξιες επιπτώσεις πατού.

Το αποτέλεσμα δεν θα είναι ένα παγκόσμιο χωριό ή οι Ηνωμένες Πολιτείες του κόσμου. Στην πραγματικότητα θα είναι ακριβώς το αντίθετο: Ένας κόσμος μικρών οικονομικών δυνάμεων γεμάτος από πόλεις σαν το Χόνγκ-Κόνγκ και τη Σιγκαπούρη. Όπως οι κεντρικές κυβερνήσεις γίνονται όσο πάει και λιγότερο αποτελεσματικές, το ρόλος τους θα αναλάβουν οργανώσεις που ασκούν πολυεθνικό έλεγχο.

Συμπτωματικά, ο ρόλος που παίχτηκε κατά καιρούς από την Ιαπωνία, το Χόνγκ-Κόνγκ, την Σιγκαπούρη και την Κορέα, δηλ. αυτός του προμηθευτή φθηνών προϊόντων που παράχθηκαν με φθηνά εργατικά, θα αναληφθεί στο μέλλον από την Νότια Αμερική, τις Ινδίες, την Αφρική. Για πολύ καιρό δεν θα μας λείψουν νέες οικονομικές δυνάμεις με δυνατότητες κατανάλωσης προϊόντων οικονομικής φύσεως.

Αλλά ας επιστρέψουμε στις οργανώσεις με Διεθνή έλεγχο. Αν μπορούμε να θεωρήσουμε την περασμένη εμπειρία ως σημείο αναφοράς, μπορούμε να πούμε ότι στην αρχή οι Εθνικές Νομοθεσίες θα ενεργοποιηθούν νόμους ο σκοπός των οποίων θα είναι να βοηθήσουν τις εγχώριες εταιρίες, να παραμείνουν ανταγωνιστικές και αυτό θα οδηγήσει σε ακόμη λιγότερες διαφορές στις εθνικές νομοθεσίες. Ωστόσο, ενδεχομένως να ρυθμίζονται οι επιχειρήσεις από οργανισμούς πολυεθνικού ελέγχου όπως ο Ο.Ο.Σ.Α. που επιβλέπει την αναδυόμενη Ε.Ο.Κ.

Οι πολυεθνικές εταιρίες μας δείχνουν μια εκδημοκρατικοποίηση των πολυεθνικών: Ενώσεις καταναλωτών και προστασίας περιβάλλοντος, προγράμματα συμμετοχής εργαζομένων (στην κατοχή των μετόχων) τα Συνδικάτα και η Κυβέρνηση είχαν μια αυξανόμενη επιρροή πάνω στην πολιτική της Ανώνυμης Εταιρίας, μια τάση που θα αυξηθεί και θα ανθίσει.

Έτσι, οι Ανώνυμες Εταιρίες θα κατακυ-

ριεύσουν τους οργανισμούς πολυεθνικού ελέγχου, αλλά, χάρη στην δημοκρατικοποίηση των Διοικητικών Συμβουλίων τους θα είναι πιο συντονισμένες με την κοινή γνώμη και το κοινό όφελος και λιγότερο δέσμιες των ξαφνικών ιδιοτροπιών της πολιτικής και των διαφόρων σκοπιμοτήτων.

Ο ανταγωνισμός θα συνεχίσει να υπάρχει μεταξύ των Εταιριών όπως πάντοτε αλλά θα γίνει επίσης εντονότερος μεταξύ εργοστασίων ή τοποθεσιών της ίδιας οργάνωσης. Αυτό υφίσταται ήδη. Για παράδειγμα, το εργοστάσιο συναρμολόγησης της ΤΟΥΤΑ στο ΚΕΝΤΟΥΚΥ μετράει την παραγωγικότητά του σε σύγκριση με την κατασκευή των επιμέρους τμημάτων του ίδιου αυτοκινήτου στην Ιαπωνία.

Τι επιπτώσεις θα έχουν αυτές οι δυνάμεις στην Ασφαλιστική Βιομηχανία και με τι θα μοιάζει σε 50 χρόνια;

Πολλές εξελίξεις διαγράφονται ήδη στον ορίζοντα που θα οδηγήσουν στην ύπαρξη λιγότερων Ασφαλιστικών Εταιριών.

Τα ήδη υπάρχοντα προβλήματα κεφαλαιοποίησης θα οδηγήσουν σε πολλές ενέργειες αγορών και συγχωνεύσεων (merger and acquisitions).

Η συμφωνία Mc Carran-Ferguson θα παραμερίσει καταστρέφοντας πολλές μικρές Ασφαλιστικές Εταιρίες. Πολλές Εταιρίες θα ανακαλύψουν ότι είναι απολύτως απαραίτητο να έχουν μια διεθνή παρουσία και ο ευκολότερος και γρηγορότερος τρόπος για να επιτευχθεί αυτό είναι πάλη μέσω αγορών και συγχωνεύσεων.

Τα κεντρικά γραφεία θα είναι μικρότερα με κάτι περισσότερο από: Εκτελεστικά στελέχη και διάφορα τμήματα, όπως είναι τα τμήματα επενδύσεων και αντισταθμίσεων που πρέπει να έχουν πρόσβαση σε μεγάλη χρηματικά ποσά για να μπορέσουν να επωφεληθούν από το πλεονέκτημα που προέρχεται όταν επενδύονται μαζί.

Παρ' όλες τις αμέτρητες προσπάθειες για να πουληθούν Ασφάλειες Ζωής με άλλες μεθόδους, εκτός από την προσωπική συνέντευξη, το συντριπτικά μεγαλύτερο μέρος των πωλήσεων συνεχίζει να γίνεται από τους ασφαλιστές ή τους μεσίτες. Και αυτό ισχύει ανεξαρτήτως του νόμου των παραδόσεων ή του πολιτιστικού επιπέδου.

Γι' αυτό το λόγο, εκτός και αν υπάρξουν αλλαγές στο προϊόν ή τον Νόμο της αν-

## 10 τρόποι για να αποτύχετε στη δουλειά του παραγωγού ασφαλειών ζωής

1. ΞΥΠΝΑΤΕ ΑΡΓΑ: Μην ξεχνάτε ότι ο ύπνος φτιάχνει το δέρμα.
2. ΜΗΝ ΠΗΓΑΙΝΕΤΕ ΚΑΘΕ ΜΕΡΑ ΣΤΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ: η συχνή επαφή θα σας κάνει βαρετούς και όπως ξέρουμε «το πολύ το κυρ' ελέησον το βαριέται και ο Θεός».
3. ΤΗΛΕΦΩΝΕΙΤΕ ΜΟΝΟ ΣΕ 2 Ή 3 ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΤΗΝ ΗΜΕΡΑ: Έτσι ενοχλείτε λιγότερους ανθρώπους που κι αυτοί έχουν τις δικές τους δουλειές.
4. ΒΛΕΠΕΤΕ ΜΟΝΟ 4 Ή 5 ΥΠΟΨΗΦΙΟΥΣ ΤΗΝ ΒΔΟΜΑΔΑ: Ο σοφός λαός λέει «η πολλή δουλειά τρώει τον αφέντη».
5. ΜΗΝ ΚΑΝΕΤΕ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΙΣΕΩΣ: Πού να τα καταλάβει ο κόσμος την στιγμή που και εσείς καλά-καλά δεν τα καταλαβαίνετε.
6. ΜΗΝ ΠΙΕΖΕΤΕ ΣΤΟ ΚΛΕΙΣΙΜΟ: Πρέπει σιγά-σιγά να «ωριμάσει» η ιδέα στον πελάτη και όπως είναι γνωστό το καλό πράγμα αργεί να γίνει.
7. ΖΗΤΑΤΕ ΜΙΚΡΗ ΠΡΟΚΑΤΑΒΟΛΗ (5.000): Οι άνθρωποι σήμερα έχουν τόσα και τόσα έξοδα. Είναι άσχημο να τους προσθέσουμε άλλο ένα.
8. ΜΗΝ ΕΞΗΓΕΙΤΕ ΤΟ ΣΥΜΒΟΛΑΙΟ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΔΟΣΗ: Ο πελάτης έχει τόσες έγνοιες στο κεφάλι του, γιατί να προσθέσουμε και άλλες;
9. ΜΗ ΖΗΤΑΤΕ ΝΕΑ ΟΝΟΜΑΤΑ: Γίνεσθε κουραστικοί στον πελάτη και προσθέτετε νέες δουλειές στον εαυτό σας άρα νέους πονοκεφάλους.
10. ΜΗΝ ΕΝΟΧΛΕΙΤΕ ΤΟΝ ΠΕΛΑΤΗ ΜΕ ΣΕΡΒΙΣ: Αρκετές σκοτούρες του βάλατε στο κεφάλι. Νομίζετε ότι θα σας συμπαθεί; ΚΑΙ ΓΕΝΙΚΑ ΜΗ ΛΗΣΜΟΝΕΙΤΕ: «ΚΑΝΕΙΣ ΔΕΝ ΠΕΘΑΝΕ ΑΠΟ ΤΟ ΚΑΘΗΣΙΟ».

ΚΑΛΗ ΑΠΟΤΥΧΙΑ  
Α. ΠΟΛΙΤΗΣ  
«ΛΑΪΚΗ» ΖΩΗΣ

# ΕΙΝΑΙ Η Νο 1 ΔΙΕΘΝΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΖΩΗΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

ΕΙΝΑΙ, ΒΕΒΑΙΑ,

# Η ALICO

### Σταθερά στην κορυφή

Στο εξαιρετικά απαιτητικό περιβάλλον που κινείται, η ALICO - από τις μεγαλύτερες παγκόσμια ασφαλιστικές εταιρίες με απόλυτη εξειδίκευση στις Ασφάλειες Ζωής - έχει επιτύχει να διατηρεί σταθερά την κορυφαία θέση. Μετά 27 χρόνια γόνιμης δραστηριότητας στην Ελλάδα, παρουσιάζεται τόσο ισχυρή στην οικονομική της βάση ώστε να υπερέρχει\* σ' όλα τα επίπεδα.

Απ' όλες τις ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής, Ελληνικές & Διεθνείς, η ALICO:

- No 1** Εξασφαλίζει το μεγαλύτερο ποσοστό παροχών προς όφελος των ασφαλισμένων της.
- No 1** Παρουσιάζει τη μεγαλύτερη μέση απόδοση επενδύσεων.
- No 1** Εμφανίζει την υψηλότερη παραγωγικότητα.
- No 1** Είναι η πιο κερδοφόρα στην ασφαλιστική αγορά. Ακόμα, ανάμεσα στις διεθνείς ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής, η ALICO:
- No 1** Συγκεντρώνει τη μεγαλύτερη περιουσία (σύνολο ενεργητικού).
- No 1** Διαθέτει τα υψηλότερα μαθηματικά αποθέματα
- No 1** Έχει να επιδείξει το μεγαλύτερο συνολικό εισόδημα (απο εισπραχθέντα ασφάλιστρα & επενδύσεις).

### Προς όφελος των ασφαλισμένων

Η κατάκτηση και διατήρηση της Νο. 1 θέσης, ανάμεσα στις ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής, δεν είναι αυτοσκοπός για την ALICO. Έρχεται σαν αποτέλεσμα μιας συνεπούς πολιτικής όπου βασικός στόχος είναι - και θα είναι πάντα - η υψηλότερη και καλύτερη δυνατή κάλυψη των αναγκών και απαιτήσεων των ασφαλισμένων. Στην ALICO, η πολύτιμη σιγουριά της «αυριανής ημέρας» για τους ασφαλισμένους μας είναι η μοναδική και αποκλειστική φροντίδα μας, κάθε μέρα!



\* Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία Ισολογισμών.

# ΕΙΝΑΙ Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΖΩΗΣ ΣΑΣ!

**« Άμα κοπεί  
του γέρου  
το φαΐ  
κόβονται  
κι οι  
μέρες του! »**

Συντάξεις πείνας παίρνουν οι ασφαλισμένοι του ΤΕΒΕ που δεν επαρκούν ούτε για τα βασικά είδη επιβίωσης. Παρ' όλα αυτά καμιά διαμαρτυρία, καμιά κίνηση, καμιά προσπάθεια. Και το χειρότερο: υπάρχουν ασφαλιστές ζωής που δεν βρίσκουν πελάτες! Τόσοι εργαζόμενοι υπάγονται στο ΤΕΒΕ με υποβαθμισμένη περιθάλψη και συντάξεις χαμηλές που σίγουρα περιμένουν τον ασφαλιστή που δεν φαίνεται! Δυστυχώς σ' αυτό το ταμείο ασφαλιζονται υποχρεωτικά και οι ασφαλιστές. Παραθέτουμε 2 πίνακες πιστεύοντας πως με καλή ενημέρωση ανοίγουμε μια ακόμη αγορά για τους συναδέλφους μας.



**Κατανομή Συνταξιούχων Τ.Ε.Β.Ε. Κατά Κλιμάκιο Σύνταξης**

Κλιμάκιο Σύνταξης	Συνταξιούχων	% Κατανομή
Κατώτατη - 36.000	45.600	37.78
36.001-50.000	59.200	49.08
50.001-75.000	12.500	10.40
75.001-100.000	2.770	2.30
100.001-125.000	475	0,40
125.001-Ανώτατη	55	0.04
	120.600	100%

**Σχέση Εισφορών και Συντάξεων Κατά Ασφαλιστική Κατηγορία και Έτη Ασφαλισμένης Εργασίας**

Ασφαλιστική Κατηγορία	Μηνιαία Εισφορά	Σύνταξη Κατά Έτη Ασφαλισμένης Εργασίας			Κατανομή Ασφαλισμένων
		25	30	35	
Γ	5.640	36.300	37.860	44.910	
Δ	6.910	38.392	43.575	52.212	
Ε	8.090	42.817	48.885	58.997	96.5%
ΣΤ	10.500	51.855	59.730	72.855	
Ζ	13.010	61.267	71.025	87.287	
Η	18.830	83.092	97.215	120.752	3,5%
Θ	24.460	104.205	122.560	153.125	
Ι	29.930	124.717	147.165	184.577	

**„Δείγμα γραφής“**



από την  
**INTEPTYΠ**

Η INTEPTYΠ Α.Ε. είναι μία υπερσύγχρονη μονάδα τυπογραφικών εργασιών ■ Καλύπτει όλο το φάσμα της παραγωγής εντύπων, από τη φотοσύνθεση κειμένων μέχρι το τελικό προϊόν ■ Είναι στελεχωμένη από άριστα καταρτισμένους τεχνικούς ■ Είναι εξοπλισμένη με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας στην τυπογραφία — όπως η τετράχρωμη ψηφιακή HEIDELBERG SPEEDMASTER CP - TRONIC ■

Για την ποιότητα στο αποτέλεσμα θα κρίνετε μόνοι σας από αυτό το «δείγμα γραφής» που έχετε στα χέρια σας.

 **INTEPTYΠ** Α.Ε.

ΕΚΤΥΠΩΤΙΚΕΣ & ΕΚΔΟΤΙΚΕΣ ΕΡΓΑΣΙΕΣ  
ΛΕΩΦ. ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗΣ 429, 163 46 ΗΛΙΟΥΠΟΛΗ  
ΤΗΛ. ΚΕΝΤΡΟ: 9954703, 9933033 ■ FAX: 9931396

## Ποιοτική παραγωγή

« Ένα γραμμάριο πρόληψης αξίζει όσο ένα κιλό θεραπείας ».

Γράφει ο: **Β. ΘΕΟΧΑΡΗΣ**  
της **ALICO**

**Η** ποιότητα των παρεχομένων ασφαλιστικών υπηρεσιών μπορεί να επηρεάσει καθοριστικά την επιτυχία μιας ασφαλιστικής εταιρίας.

Ποιοτική παραγωγή σημαίνει ευχαριστημένους ασφαλισμένους, επικερδείς εργασίες και ευήμερυσά δύναμη πωλήσεων. Αντίθετα, υπηρεσίες χαμηλής ποιότητας σημαίνουν διαρροή ασφαλισμένων και ασφαλιστών καθώς και προβλήματα κάθε μορφής.

Η ποιότητα όμως, δεν επιτυγχάνεται απλά και μόνο επειδή κάποια εταιρία την επικαλείται ή επειδή υπάρχει κάποιος «υπεύθυνος» γι' αυτή.

Η πηγή της εντοπίζεται σ' αυτό που ονομάζεται «εταιρική φιλοσοφία» ή «κουλτούρα».

Η ανάλογη λοιπόν «φιλοσοφία» είναι αυτή που ανεβάζει την ποιότητα της παραγωγής σε επίπεδο πολύ υψηλότερο από ό,τι θα εξασφάλιζε μόνο ο χειρισμός γνωστών και μετρήσιμων παραγόντων.

Η συνολική ποιότητα μπορεί να είναι

πολύ μεγαλύτερη από το άθροισμα των συστατικών της μερών, μόνο αν **ολόκληρο το εταιρικό οικοδόμημα** λειτουργεί με βάση την πεποίθηση ότι δεν έχει υποχρέωση



μόνο να πουλάει ασφάλειες, αλλά και να κάνει ό,τι είναι δυνατό προκειμένου αυτές οι ασφάλειες να διατηρηθούν σε ισχύ μέχρι την προσυμφωνημένη λήξη τους.

Το πολύπλευρο θέμα της ποιοτικής παραγωγής αποτελεί μια από τις πάγιες και σημαντικές προκλήσεις του management, τόσο της κεντρικής διοίκησης όσο και της δύναμης των πωλήσεων.

Πρέπει λοιπόν οι managers σε όλα τα επίπεδα να έχουν ολοκληρωμένα σχέδια πάνω στο θέμα της ποιοτικής παραγωγής, είτε θέλουν να τη βελτιώσουν, είτε θέ-

### ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ



Ο Β. Θεοχαράκης γεννήθηκε στις 02/06/1956, γνωρίζει Αγγλικά (πολύ καλά). Διεύθυνση: Α. Βίτσι 23 - Άνω Ηλιοπούλη Τηλέφωνο: 97.33.173

B.B. Κων/νου 23 - Βάρκιζα  
Τηλέφωνο: 89.71.284.  
Είναι κάτοχος των πτυχίων Bachelor of Commerce με ειδικότητα στο Marketing - Master of Business Administration με ειδικότητα στο International Marketing.  
Και έχει διατελέσει Σύμβουλος Marketing πάνω σε θέματα Έρευνας Αγοράς σε λογαριασμούς των:  
PROCTER AND GAMBLE  
ELSA  
DR. MICHALIS (KOLYNOS)  
BENCKIZER (CALGON-QUANTO), και ακόμα διευθυντής του τμήματος Εκπαίδευσης της AMERICAN LIFE INSURANCE CO.  
Σήμερα είναι διευθυντής του Τμήματος Ποιοτικής Παραγωγής της AMERICAN LIFE INSURANCE CO.

λουν να την διατηρήσουν στα επίπεδα που βρίσκεται.

Γενικά υπάρχουν 2 στάδια μέσα από τα οποία μεθοδεύεται η επίλυση προβλημάτων που αφορούν στην ποιοτική παραγωγή:

#### A. Εντοπισμός αιτιών

Ο εντοπισμός των παραγόντων που επηρεάζουν την ποιοτική παραγωγή απαιτεί ευαισθησία, συνεχή έρευνα και ανάλυση. Στόχοι αυτής ακριβώς της έρευνας πρέπει να είναι, σε γενικές γραμμές, οι πρακτικές της δύναμης πωλήσεων σε όλες της τις διαβαθμίσεις αλλά και του διοικητικού μηχανισμού υποστήριξης.

#### B. Κατάρτιση σχεδίων δράσης

Από τη στιγμή που οι παραγοντες που επηρεάζουν την ποιοτική παραγωγή έ-

χουν εντοπισθεί, τότε είναι απαραίτητο να διευκρινισθεί κατά ποιο τρόπο θα επιχειρηθεί η βελτίωση της επίδοσής τους στο θέμα της ποιοτικής παραγωγής. Συνήθως τα προβλήματα που παρουσιάζονται σε θέματα ποιοτικής παραγωγής, τόσο στον τομέα του διοικητικού προσωπικού, όσο και στον τομέα των πωλήσεων, είναι δυνατό να επιλυθούν αν υπάρχουν:

- ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ
- ΣΩΣΤΗ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ
- ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

που φυσικά είναι σε μόνιμη λειτουργία και στρέφονται κατάλληλα προσαρμοσμένες προς όλες τις κατευθύνσεις.

#### ΟΛΟΚΛΗΡΩΜΕΝΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Ολοκληρωμένη μπορεί να θεωρηθεί η εκπαίδευση που βοηθάει τόσο το διοικητικό όσο και το σύστημα πωλήσεων μιας εταιρίας να είναι αποτελεσματικά στο έργο τους με τελικό στόχο την καλύτερη δυνατή κάλυψη και εξυπηρέτηση του ασφαλισμένου. Το καλά εκπαιδευμένο διοικητικό σύστημα χαρακτηρίζεται από γνώση της δουλειάς του και των επιδράσεων που αυτή έχει στις πωλήσεις. Επιπλέον, είναι σαφώς προσανατολισμένο και ευαίσθητο προς τις ανάγκες του ενδιαμέσου και τελικού πελάτη των υπηρεσιών του, που είναι αντίστοιχα ο ασφαλιστής και ο ασφαλισμένος. Εν τέλει, το καλά εκπαιδευμένο διοικητικό σύστημα δεν θεωρεί τον εαυτό του περιχαρακωμένο και αυθύπαρκτο, αλλά οργανικό μέρος της ασφαλιστικής εταιρίας, που σκοπό ύπαρξης έχει την παροχή ποιοτικών ασφαλιστικών υπηρεσιών στην αγορά.

Η εκπαίδευση των πωλήσεων από την άλλη μεριά πρέπει να ευαισθητοποιεί τους δέκτες της στο ότι η ποιότητα πρέπει και μπορεί να υπάρχει σε όλες τις πλευρές της δουλειάς τους. Για τους διευθύνοντες η ποιότητα εντοπίζεται στην επιλογή και αξιοποίηση των ασφαλιστών, ενώ για τους ασφαλιστές η ποιότητα χαρακτηρίζει όλη τη δραστηριότητά τους στις πωλήσεις, από τη σωστή οργάνωση έως και το service που παρέχουν στους πελάτες τους.

#### ΣΩΣΤΗ ΠΑΡΑΚΙΝΗΣΗ

Όταν μια εταιρία έχει να επιδείξει χαμηλούς δείκτες ποιοτικής παραγωγής το πιθανότερο είναι ότι οι άνθρωποί της, εκτός των άλλων, δεν έχουν συνειδητοποιήσει τη σημασία τους. Γνωρίζουν άραγε οι συνεργάτες τι σημαίνει ο χαμηλός δείκτης διατηρησιμότητας, για την εταιρία, τον ασφαλιστή και τον ασφαλισμένο;

Πολύ συχνά, αυτή ακριβώς η σημασία των δεικτών ποιοτικής παραγωγής, εγκλωβίζεται μέσα σε ευχολόγια ή αφορισμούς που δεν αποκαλύπτουν το μέγεθός της σε κανέναν.

Η μόνη αλήθεια είναι ότι ο ασφαλιστικός θεσμός, που κινείται στον ευρύτερο χώρο της πίστωσης, αν δεν χαρακτηρίζεται από διάρκεια, άρα και αποδοτικότητα των υπηρεσιών του, τότε μάλλον έχει ξεφύγει από το σκοπό του και αυτό μακροπρόθεσμα δεν ευνοεί κανέναν.

Οι εταιρίες που ενδιαφέρονται για την ποιότητα πρέπει να δημιουργούν φιλοσοφία και μια αίσθηση υπερηφάνειας γι' αυτή. Πάντα να την καλλιεργούν και ποτέ να μην υποτιμούν τη σημασία της δημιουργίας μιας «ατμόσφαιρας ποιότητας» που πρέπει να τις χαρακτηρίζει και να παρακι-

νεί τους ανθρώπους της στο έργο τους.

#### ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ

Μια γνωστή αμερικάνικη παροιμία λέει: « Ένα γραμμάριο πρόληψης αξίζει όσο ένα κιλό θεραπείας ».

Έτσι και στο θέμα της ποιοτικής παραγωγής, μια συγκροτημένη εταιρία έχει κάθε λόγο να έχει εγκατεστημένες αποτελεσματικές διαδικασίες και κανάλια επικοινωνίας που να ενώνουν το διοικητικό σύστημα, τη δύναμη πωλήσεων και τους ασφαλισμένους.

Η προσφορά ποιοτικών ασφαλιστικών υπηρεσιών απαιτεί συνεχή παρακολούθηση των ασφαλισμένων ούτως ώστε αυτοί να εξυπηρετούνται σε κάθε τους ανάγκη αποτελεσματικά και γρήγορα, τόσο από τις πωλήσεις όσο και από το διοικητικό σύστημα υποστήριξης.

## Ο πατέρας του Φάνη και το Παλαιό Αναγνωστικό...

**Κ**άθε πρωί που ξυπνά ο Φάνης, δεν βλέπει τον πατέρα του στο σπίτι τους. Έχει σηκωθεί από ενωρίς και έχει φύγει για τη δουλειά του. Και όταν ακόμα είναι χειμώνας και ο καιρός κακός, και τότε πάλι ο πατέρας φεύγει από το σπίτι. Πηγαίνει να εργασθεί.

Όταν ο Φάνης ήταν πιο μικρός, δεν ένοιωθε γιατί έφευγε ο πατέρας κι έλεγε στη μητέρα του:

Ο πατέρας, καλή μου μητερούλα, δεν μας αγαπά. Δεν κάθεται καθόλου να μας ιδή. Φεύγει πολύ πρωί και δεν τον βλέπομε διόλου.

Δεν έχεις δίκιο, παιδί μου να λήγης αυτά. Αν ο πατέρας δεν ξυπνήσει ενωρίς και δεν εργασθεί, τότε ποιος θα μας θρέψει; Ποιός θα βγάλει χρήματα για να πληρώσωμε το νοίκι και τα άλλα μας έξοδα; Ποιός θα σου πάρει βιβλία και τετράδια για το σχολείο; Ίσα-ίσα, επειδή μας αγαπά, για τούτο φεύγει τόσο πρωί και πηγαίνει στη δουλειά του.

Αυτά έλεγε στο Φάνη η μητέρα του. Αυτός όμως ήταν μικρός και δεν μπορούσε να καταλάβει τα λόγια της.

Τώρα όμως ο Φάνης εμεγάλωσε και καταλαβαίνει για ποιό λόγο φεύγει ενωρίς ο πατέρας. Τώρα καταλα-

βαίνει γιατί γυρίζει κατάκοπος και νύκτα στο σπίτι. Και τώρα που νοιώθει αυτά, ξέρετε τι παρακαλεί το Θεό ο Φάνης στην προσευχή του; Να τον βοηθήσει να μεγαλώσει ακόμα πιο πολύ και να τελειώσει το σχολείο. Και τότε θα ειπή στον πατέρα του:

Καλέ μου πατερούλη! Φθάνει πια που τόσο εδούλεψες! Τώρα εμεγάλωσα εγώ, το παιδί σου, ο Φάνης, και μπορώ να σε βοηθώ. Από τώρα και πέρα θα σηκώνομαι εγώ πιο πρωί και θα πηγαίνω στη δουλειά. Εγώ θα φροντίζω για όλους μας. Εγώ θα κάνω για το σπίτι μας ό,τι έκανες εσύ για μας ως τώρα. Εσύ πια να καθήσης να ξεκουρασθής.

Αυτά έλεγε το παλαιό αναγνωστικό. Αν όμως συνέβαινε κάτι; Οι ασφαλιστές ζωής έχουν να πουν, κι άλλα στον πατέρα και την μητέρα του Φάνη.

Η ζωή έχει κάτι αναποδιές, και κάτι προδομένες ελπίδες που μόνο χήρες και ορφανά ξέρουν. Ρωτήστε κάποιες μάννες που σφουγγαρίζουν σκάλες και παρακαλάνε για μεροκάματο και βέβαια δεν λύνονται με μια Ασφάλεια Ζωής. Λιγοστεύει όμως η πίκρα και ο πόνος. Και αυτό είναι πολύ σημαντικό...

**100**  
**ΧΡΟΝΙΑ**



ΜΠΡΟΣΤΑ στον Άνθρωπο.  
ΜΠΡΟΣΤΑ στον Κίνδυνο.  
ΜΠΡΟΣΤΑ στους Εργαζόμενους.

Από το 1891 η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ είναι ΜΠΡΟΣΤΑ σε αντίληψη,  
με σύγχρονα και πρωτοποριακά προγράμματα σε όλους τους  
ασφαλιστικούς κλάδους.

Είναι ΜΠΡΟΣΤΑ σε εξυπηρέτηση, χάρη στο έμπειρο ανθρώπινο  
δυναμικό της και το μεγαλύτερο δίκτυο υποκαταστημάτων σ'  
όλη την Ελλάδα.

Είναι ΜΠΡΟΣΤΑ σε σιγουριά, χάρη στα τεράστια αποθεματικά  
κεφάλαια που διαθέτει και στην ολοκληρωμένη κάλυψη που  
σας παρέχει, όπου κι αν βρίσκεστε!

**ΕΘΝΙΚΗ**  
**Η ΠΡΩΤΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ**

# ALICO επεκτείνεται στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη

Η σταθερά κορυφαία διεθνής ασφαλιστική εταιρία Ζωής στη χώρα μας, καλείται να συμβάλει στην πορεία εκσυγχρονισμού των αγορών της κεντρικής Ευρώπης.

Από την 1η Ιανουαρίου 1991 έχει αρχίσει επίσημα η λειτουργία της νέας εταιρίας που ίδρυσε η ALICO στην Ουγγαρία. Η «ΑΗΙCΟ», όπως είναι η συντομογραφία της «First American-Hungarian Insurance Company», ξεκίνησε δυναμικά τις εργασίες της και ήδη έχουν συναφθεί τα πρώτα ασφαλιστήρια συμβόλαια.

Η επιλογή του ανθρώπινου δυναμικού της νέας εταιρίας έγινε με βάση τα γνωστά ποιοτικά κριτήρια που εφαρμόζει η ALICO σε διεθνή κλίμακα. Το ίδιο ισχύει, φυσικά, και για τον τομέα της εκπαίδευσης, η οποία πραγματοποιήθηκε σε δύο στάδια, τόσο σε τοπικό επίπεδο όσο και στο σύγχρονο Εκπαιδευτικό Κέντρο της ALICO Ελλάδος.

Η ΑΗΙCΟ ιδρύθηκε σε συνεργασία με τοπικούς φορείς, όπως είναι τράπεζες, συνμοσπονδίες, ενώσεις κ.λπ., και το ποσοστό συμμετοχής της ALICO φθάνει το 52%. Αντιπρόεδρος της ΑΗΙCΟ είναι ο κ. Α. Βασιλείου, ο οποίος ασκεί παράλληλα τα καθήκοντα του Αντιπροέδρου Ευρώπης και του Γενικού Διευθυντού της ALICO Ελλάδος.

Η Περιφερειακή Διεύθυνση Κεντρικής Ευρώπης έχει ανατεθεί στην ALICO Ελλάδος και στα πλαίσια αυτά εντάσσεται η πρόσφατη ανάληψη της ευθύνης για την οργάνωση και ανάπτυξη των εργασιών της εταιρίας στην Κεντρική Ευρώπη.

Εδώ και πολλά χρόνια η ALICO είναι σταθερά η κορυφαία διεθνής ασφαλιστική εταιρία Ζωής στη χώρα μας, γεγονός που αποτελεί φυσική συνέπεια του ήθους και του επαγγελματισμού που τη χαρακτηρίζουν, ενώ παράλληλα συμβαδίζει αρμονικά με την εξαιρετική πορεία της εταιρίας σε διεθνές επίπεδο. Τώρα, μέσα από τη σημαντικά αναβαθμισμένη θέση της, η ALICO Ελλάδος καλείται να συμβάλει στην πορεία εκσυγχρονισμού των αγορών της Κεντρικής Ευρώπης.

Η ίδρυση της ΑΗΙCΟ είναι το πρώτο βήμα για την επέκταση της ALICO στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη και σύντομα πρόκειται να ιδρυθούν νέες εταιρίες και σε άλλες χώρες της περιοχής αυτής μετά

τη διαμόρφωση του νέου επιχειρηματικού περιβάλλοντος σ' αυτές.

Πάντως, η παρουσία της ALICO στο χώρο αυτό δεν είναι κάτι καινούργιο. Ήδη από τη δεκαετία του '70 βρισκόταν και εδώ στην πρωτοπορία, αφού ήταν η πρώτη

First **ALICO**  
AMERICAN HUNGARIAN

ασφαλιστική εταιρία Ζωής που είχε συνάψει κοινοπραξίες στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης.

Σήμερα, για μια ακόμη φορά δείχνει τη μοναδική ικανότητά της να βρίσκεται μπροστά από τις εξελίξεις. Η ALICO είναι μία από τις πρώτες εταιρίες που ήταν άμεσα σε θέση να δραστηριοποιηθούν στις χώρες αυτές, διαθέτοντας την αναγκαία πείρα και υποδομή.

## Νέες προοπτικές ανοίγονται για την Ελλάδα

Υπάρχει, όμως, και κάτι ακόμη ιδιαίτερα σημαντικό, τόσο για την ALICO Ελλάδος όσο και για τη χώρα μας γενικότερα. Από τον ασφαλιστικό χώρο η ALICO είναι η ΠΡΩΤΗ εταιρία η οποία με βάση την Ελλάδα αξιοποιεί με επιτυχία τις εξελίξεις στην Κεντρική και Ανατολική Ευρώπη!

Η δραστηριοποίηση της εταιρίας στο χώρο αυτό παρουσιάζει ευρύτερο ενδιαφέρον για την Ελλάδα. Ενισχύεται η συνεργασία με τις χώρες αυτές και προκύπτουν πολλαπλά οικονομικά οφέλη, αφού πολλά αναπτυξιακά έργα προετοιμάζονται και υλοποιούνται από ελληνικούς φορείς. Χαρακτηριστικό δείγμα της δραστηριότητας αυτής αποτελεί το γεγονός ότι η κατασκευάστρια εταιρία των Κεντρικών Γραφείων της ΑΗΙCΟ στην Ουγγαρία είναι ελληνική, εκτελώντας έτσι ένα ιδιαίτερα σημαντικό έργο, ενώ παράλληλα έχει τη δυνατότητα σύναψης νέων συμφωνιών με

τοπικούς φορείς για την εκτέλεση νέων αναπτυξιακών έργων.

## ALICO: Σε ολόκληρη την Ευρώπη και σε 70 χώρες του κόσμου

Στην Ευρώπη η έδρα της ALICO βρίσκεται στο Παρίσι. Ένας ουρανοξύστης 25 ορόφων στεγάζει τα Κεντρικά Γραφεία της εταιρίας, η οποία καλύπτει πλέον το μεγαλύτερο μέρος της Ευρώπης, αναπτύσσοντας δραστηριότητες στις πιο κάτω χώρες:

### ΕΥΡΩΠΗ: ΧΩΡΕΣ ΟΠΟΥ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΠΟΙΕΙΤΑΙ Η ALICO

- Βέλγιο
- Γαλλία
- Γερμανία
- Ελβετία
- Ελλάδα
- Ισπανία
- Ιταλία
- Κύπρος
- Μ. Βρετανία
- Ολλανδία
- Ουγγαρία
- Πολωνία
- Πορτογαλία

Παράλληλα, αξιοποιώντας μια εμπειρία που πηγάζει από τα 20 χρόνια δραστηριότητας στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης, η ALICO εδραιώνει σταδιακά την παρουσία της και στις χώρες αυτές, με στόχο να καλύψει πολύ σύντομα ολόκληρο τον ευρωπαϊκό χώρο.

Ήδη έχει αρχίσει τις εργασίες της και η AMPLICO, η νέα εταιρία που ίδρυσε η ALICO στην Πολωνία. Πρόεδρος της οποίας είναι ο κ. Α. Βασιλείου, ενώ στα άμεσα σχέδια περιλαμβάνεται ακόμη η ίδρυση εταιριών στην Τσεχοσλοβακία και τη Σοβιετική Ένωση. Κατ' αυτόν τον τρόπο η ALICO, μία από τις κορυφαίες ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής στον κόσμο, προχωρεί με αποφασιστικά βήματα προς την κατάκτηση των νέων αγορών που δημιουργήθηκαν στις χώρες της Κεντρικής και Ανατολικής Ευρώπης. Πολύτιμος σύμμαχος σ' αυτήν την προσπάθεια είναι το γνωστό υψηλό επίπεδο διοικητικής οργάνωσης της ALICO, ο επαγγελματισμός των στελεχών της, όπως επίσης και η καθολική αναγνώριση της εταιρίας και στις πέντε ηπείρους.

## Ένα γεύμα με την πρώτη Ασφαλίστρια του έτους

Η Παρασκευή, 15 Μαρτίου, ήταν μια διαφορετική μέρα, αφού το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνδέσμου μας ήταν προσκεκλημένο σε γεύμα από τη Διεύθυνση της INTERAMERICAN.

Μεγάλη και σίγουρη λείει στο γνωστό διαφημιστικό σλόγκαν η εταιρία. Μεγάλη και σίγουρη στη συνάντησή μας αυτή επιθυμώντας ν' αποδώσει τιμή και εκτίμηση τόσο στην πρώτη βραβευθείσα ασφαλίστρια του 1990 όσο και στο Σύνδεσμο ως αντιπροσωπευτικού οργάνου των Ασφαλιστικών Συμβούλων. Στις 3 μ.μ. λοιπόν της 15/3/1991 βρεθήκαμε όλοι στην κατάφυτη και ωραιότατη καφετέρια των νέων κτιρίων της εταιρίας, στο Μαρούσι.

Στο γεύμα παρεβρέθη η Διεύθυνση της INTERAMERICAN με επικεφαλής τον κ. Δ. Κοντομηνά, τον Αναπληρωτή Γενικό Δ/ντή κ. Β. Καλτσά, τον Δ/ντή Πωλήσεων κ. Κ. Τσαμπούκο, τον Δ/ντή Marketing κ. Γ. Ψαρρά, τον Δ/ντή Δημοσίων Σχέσεων κ. Σ. Τζούμα, τον Δ/ντή Αμοιβαίου Κεφαλαίου κ. Α. Γεωργιάδη, τον κ. Ε. Θωμόπουλο και βέβαια η τιμώμενη κα Μαμώλη-Κασφίκη Σταυρούλα.

Μετά τις τυπικές συστάσεις το γεύμα

άρχισε με σαμπάνια για να ευχηθούμε πάντοτε πρωτίες και μεγάλες διακρίσεις στη δυναμική κα Μαμώλη-Κασφίκη Σταυρούλα, αλλά και στον οικοδεσπότη κ. Δ. Κοντομηνά στον οποίο ο κλάδος είναι βέβαιο ότι οφείλει πολλά. Όσον αφορά την κα Μαμώλη-Κασφίκη Σταυρούλα είναι μια δυναμική αλλά και απλή συνάδελφος. Ένας άνθρωπος που σε κερδίζει αμέσως. Ευχόμαστε εις όλους τους συναδέλφους να γίνει γι' αυτούς παράδειγμα προς μίμηση. Υπενθυμίζουμε ότι η κα Μαμώλη-Κασφίκη Σταυρούλα ανεδείχθη, μετά από επιλογή της αρμόδιας επιτροπής των ασφαλιστικών φορέων, από του Σ.Π.Α.Ε. ως ο «πρώτος ασφαλιστής» για το 1990 αφού συγκέντρωσε τους περισσότερους βαθμούς από όλους τους προταθέντες υποψήφιους.

Με την ευκαιρία της συνάντησης αυτής ο κ. Δ. Κοντομηνάς εκτιμώντας το έργο του Συνδέσμου στο θέμα της αναβάθμισης του επαγγέλματος, τόνισε ότι θα προτρέψει όλους τους συνεργάτες της εταιρίας να γίνουν μέλη του συλλογικού τους οργάνου και έδωσε την υπόσχεση ότι θα είναι πάντοτε κοντά στο Σύνδεσμο να συ-



## ΕΙΝΑΙ ΠΡΩΤΗ!

### Β. ΚΑΣΦΙΚΗ-ΜΑΜΩΛΗ

Μια ασφαλίστρια που καταρripπει το ένα μετά το άλλο όλα τα ρεκόρ στην Ελλ. Ασφ. Αγορά.

Η περίπτωση της κ. Μαμώλη-Κασφίκη είναι μοναδική για τα ασφαλιστικά χρονικά του τόπου μας, διότι είναι η μόνη Ελληνίδα ασφαλίστρια που έγινε εδώ και τρία χρόνια μέλος του Million Dollar Round Table, ως αναγνώριση της επαγγελματικής της δραστηριότητας.

Το συμβόλαιο που σπάει όλα τα ρεκόρ στην Ελλάδα έχει 15.000.000 ασφάλιστρα!

Το περιοδικό μας σε κάθε τεύχος, επιβραβεύοντας τις προσπάθειές της, θα δημοσιεύσει μόνιμα το πρώτο ρεκόρ με το όνομα... μέχρι να καταρripφθεί! Εμπρός λοιπόν οι κορυφές ανήκουν στούς δυνατούς!

ζητά και να βοηθά τις λύσεις των προβλημάτων του κλάδου μας.

Τέτοιες συναντήσεις πρέπει και ελπίζουμε πως θα επιδιωχθούν και από τις άλλες εταιρίες. Ο Σύνδεσμος θεωρεί όλους όσους εμπλέκονται στις ασφαλιστικές υπηρεσίες, εταιρίες, Συντονιστές, Ασφαλιστικούς Συμβούλους κ.λπ., ως μια ασφαλιστική οικογένεια όπου κοινός μας στόχος είναι η αναβάθμιση και η προκοπή του επαγγέλματος και του θεσμού. Η βράβευση άλλωστε του καλύτερου Ασφαλιστικού Συμβούλου κάθε χρόνο από του Σ.Π.Α.Ε. έχει κι αυτό το στόχο. Να προάγει αλλά και να προβάλλει προς τα έξω το επάγγελμα. Η πρωτοβουλία μας αυτή ας αγκαλιασθεί περισσότερο στο μέλλον από όλους. Με την παραπάνω συνάντηση η INTERAMERICAN συνέβαλε αποφασιστικά προς την κατεύθυνση αυτή.

Εκ του Σ.Π.Α.Ε

## 5 τρόποι για λιγότερο στρες

Μερικές φορές το στρες είναι στιγμιαίο, πολύ συχνά όμως μας ταλαιπωρεί συνεχώς. Όταν συμβαίνει το δεύτερο, εφαρμόστε τις παρακάτω εύκολες τεχνικές:

- Κάνετε κάποια σωματική άσκηση, όπως μια μικρή βόλτα γύρω από το τετράγωνο όπου μένετε, χωρίς να σκέφτεσθε τα προβλήματά που σας απασχολούν. Αυτό θα βελτιώσει την κυκλοφορία του αίματος σας και θα ενισχύσει τη φυσική σας ενέργεια. Συστηματική σωματική άσκηση, όταν συμφωνεί και ο γιατρός σας, είναι ακόμη καλύτερη.
- Κάντε ένα ζεστό μπάνιο ή ντους, που χαλαρώνει τους μυς και ηρεμεί τα νεύρα.
- Συζητήστε τα προβλήματά σας με κάποιον φίλο ή έναν ψυχολόγο. Ο συνομιλητής σας μπορεί μερικές φορές να δει το πρόβλημα πιο καθαρά και να σκεφθεί πρακτικές λύσεις.
- Μετρήστε ως το 10 όταν έχετε φθάσει σε κατάσταση τέτοια ώστε να θέλετε να ουρλιάξετε. Κερδίζετε έτσι χρόνο για να ηρεμήσετε και να δείτε πιο ψύχραιμα το πρόβλημά σας.
- Φτιάξτε ένα φλιτζάνι ζεστό τσάι ή ρόφημα από βότανα και πιείτε το αργά, απολαμβάνοντας το άρωμα και τη ζεστασιά του.

# Αποζημιώσεις και κέντρα διακανονισμού στο κλάδο αυτοκινήτων

Γράφει ο: **ΑΝΔΡΕΑΣ ΤΣΩΚΟΣ**  
Δικηγόρος στην «ΕΘΝΙΚΗ»

**Δ**εν είναι μακριά η ημερομηνία που η Ελλάδα θα ενταχθεί πλήρως στην Κοινή Αγορά. Στο διεθνή και εσωτερικό χώρο επικρατούν και θα επικρατήσουν δύσκολες οικονομικές συνθήκες, που επηρεάστηκαν τελευταία σε μεγάλο βαθμό και από τον πόλεμο στον Περσικό Κόλπο. Γι' αυτό εδώ και αρκετό καιρό έχει συνειδητοποιηθεί απ' όλους ότι είναι ορατή, όσο ποτέ άλλοτε η επιτακτική ανάγκη της εγρήγορσης, αναθεώρησης και αναπροσαρμογής αντιλήψεων, νοοτροπίας, θεωριών και πρακτικών, όπως τις υπαγορεύουν οι διαμορφούμενες νέες συνθήκες και οι απαιτήσεις για αναδιοργάνωση και εκσυγχρονισμό των διαφόρων επιχειρήσεων, για να μπορέσουν να παρακολουθήσουν και να ανταποκριθούν στις παραπάνω εξελίξεις και στον εκσυγχρονισμό. Σ' όλα αυτά τα ερεθίσματα δεν έμειναν πίσω οι Ελληνικές Ασφαλιστικές Εταιρίες, οι οποίες, εδώ και αρκετό καιρό προσπαθούν και, ήδη, πολλές το επέτυχαν, να εκσυγχρονισθούν και να δημιουργήσουν την ανάλογο υποδομή και οργάνωση για να αντιμετωπίσουν τον μεγάλο ανταγωνισμό, που θα αναπτυχθεί από το 1992 και μετά στην ασφαλιστική αγορά. Εκεί όμως που αντιμετωπίζουν σοβαρά προβλήματα όλες οι Ασφαλιστικές Εταιρίες είναι ο κλάδος αυτών, ο οποίος για τις περισσότερες είναι ζημιόγonos, γι' αυτό και προσπαθούν άλλες να απαλλαγούν απ' αυτόν ρισκάροντας σε μεγάλο βαθμό την βιωσιμότητά των —ήδη μία απ' αυτές μάλλον ξεπέρασε σε μεγάλο βαθμό τα προβλήματα που θα δημιουργούσε η κατάρρευση του κλάδου αυτών, άλλη όμως οδηγείται σε πλήρη εξαφάνιση— και άλλες να οργανωθούν καλύτερα. Αυτό γιατί πιστεύουν ότι ο κλάδος αυτών αποτελεί την ραχοκοκαλιά και τα θεμέλια, που στηρίζουν τις περισσότερες των Ασφαλιστικών Εταιριών, αφού μέσω του κλάδου αυτού, αναμφισβήτητα, γίνεται η προβολή



αυτών, η προσέλκυση και το πάντρεμα των πελατών με συμβόλαια όλων των άλλων κλάδων που είναι περισσότερο κερδοφόροι γι' αυτές. Έτσι, ουσιαστικά, έχουμε, αρχικά, ένα ισοσκελισμό κέρδους και ζημίας και τελικά, με ένα καλό servis, και κέρδη στα τελικά αποτελέσματα χρήσεως. Εδώ, λοιπόν, είναι που πρωτοτύπησε η ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ, η οποία για να αντιμετωπίσει τον ευαίσθητο και αρνητικό σε αποτελέσματα κλάδο Αυτ/των την τελευταία δεκαετία για τις περισσότερες Ασφαλιστικές Εταιρίες, όπως προανέφερα, συγχώνευσε όλα τα υποκαταστήματά της που ησυχολούντο κατά κύριο λόγο με ζημιές του Κλ. Αυτ/των σε δέκα (10) κέντρα διακανονισμού. Τελικός στόχος της είναι απ' ενός η εξυπηρέτηση των ζημιωθέντων, κατά κύριο, όμως, λόγω της μείωσης του κόστους των ζημιών και ο περιορισμός των υποθέσεων, οι οποίες, τα τελευταία χρόνια οδηγούνται στα Δικαστήρια κατά καλπάζοντα ρυθμό, με αποτέλεσμα να διογκώνεται η κάθε ζημία, τις περισσότερες φορές 100% (τόκοι, δικαστικές δαπάνες και λοιπά δικαστικά έξοδα, κονδύλια που σε καμία περίπτωση δεν θα καταβάλλονταν με τον εξώδικο διακανονισμό κ.λπ.). Τοποθέτησε στα κέντρα αυτά ειδικά εκπαιδευμένους υπαλλήλους, οι οποίοι, σίγουρα, εκτός από τις γνώσεις που διαθέτουν οι περισσότεροι απ' αυτούς, είναι θωρακισμένοι με ψυχική και σωματική α-

ντοχή, η οποία και χρειάζεται για να αντιμετωπισθεί ο Έλληνας που ζημιώθηκε, και αν ζημιώθηκε, αφού με ζημία π.χ. 1.000 δρχ. ευρίσκει αρκετές φορές, την ευκαιρία να ζητήσει τριπλάσια και τετραπλάσια ποσά. Η απόφαση να ιδρυθούν τα κέντρα αυτά, είναι επιτυχής γιατί με την ύπαρξη τριών, τεσσάρων ή περισσότερων ατόμων-διακανονιστών, όπως ονομάζονται, εξασφαλίζεται μία σφαιρική και πολύπειρη αντιμετώπιση των περιπτώσεων ζημιών. Στο σημείο, όμως, αυτό θα ήθελα να εκφράσω ορισμένους προβληματισμούς μου και να εισηγηθώ και τις δικές μου προτάσεις στην ουσία του προβλήματος και πέρα από τις γενικές έννοιες που αναπτύσσονται στα διάφορα σεμινάρια όχι όμως και στην πράξη, που είναι γνωστές θεωρητικά μόνο στα άτομα που ασχολούνται με τις υποθέσεις αυτές.

1. Οι δηλώσεις των ατυχημάτων από τους ασφαλισμένους ή τους οδηγούς των οχημάτων θα πρέπει να λαμβάνονται και να συντάσσονται από τους διακανονιστές, αφού προηγουμένως ζητήσουν από τους οδηγούς ή ασφαλισμένους να συντάξουν μόνοι τους το ιστορικό τους συμβάντος, καθώς και το σχεδιάγραμμα του σημείου συγκρούσεως. Το υλικό αυτό, που θα τους δίδει ο οδηγός ή ο ασφαλισμένος, θα το επεξεργάζεται και θα το αξιολογούν, ανάλογα δε με τη βαρύτητα του ατυχήματος, και στη συνέχεια, θα συντάσσουν τις δηλώσεις κατά τέτοιο τρόπο, που να βοηθά τον οιοδήποτε αναγνώστη της να αντιλαμβάνεται αμέσως και εύκολα τις συνθήκες του ατυχήματος, αλλά και κατά τέτοιο τρόπο, ώστε όταν πρόκειται για μεγάλες ζημιές, να αφήνει περιθώρια για υπαιτιότητα ή συνυπαιτιότητα και του ζημιωθέντος. Μεγάλη δηλαδή η σημασία του τρόπου σύνταξης της δηλώσεως ατυχήματος, γιατί η παρουσίαση αυτής στο Δικαστήριο αποτελεί για τις Ασφαλιστικές Εταιρίες, με την απροθυμία και αδιαφορία των ασφ/νων να φέρουν κάποιο μάρτυρα και ν' αντικρούσουν τις αγωγές, το έσχατο, ίσως και το μοναδικό όπλο, πολλές φορές, για τον θετικό χειρισμό μιάς υπόθεσης. Λαμβανομέ-



νο, δε υπ' όψη ότι στις ειδικές διαδικασίες, που εκδικάζονται, οι αγωγές από τροχαία ατυχήματα, εκτιμώνται ανάλογα και έγγραφα που δεν πληρούν τις προϋποθέσεις του νόμου, μπορεί κανείς ν' αντιληφθεί την αξία που έχει σαν αποδεικτικό ή ανταποδεικτικό στοιχείο η σωστή, ευανάγνωστη και εύγλωττη δήλωση ατυχήματος.

2. Να υπάρχει στενή συνεργασία των διακανονιστών όχι μόνο του συγκεκριμένου κέντρου διακανονισμού, αλλά και αυτών των άλλων κέντρων με ανταλλαγή σκέψεων, εμπειριών σε ειδικές περιπτώσεις και περιστατικά.

3. Να υπάρχει αλληλοκόλυψη και να καταπολεμηθεί η δημιουργία στεγανών μεταξύ τους στο χειρισμό των υποθέσεων και την μονοπώληση της πείρας ή των γνώσεων που έχει κάποιος απ' αυτούς, λόγω της μακροχρόνιας ενασχόλησής του με το συγκεκριμένο αντικείμενο.

4. Να επιδιωχθεί και να καθιερωθεί κατά συστηματικό τρόπο η συνεργασία αυτών όχι μόνο με τους έμμοσθους νομικούς συμβούλους, αλλά και με τους συνεργαζόμενους δικηγόρους του κέντρου των, αφού όμως προηγουμένως οι διακανονιστές επεξεργασθούν το υλικό του φακέλου ζημίας, ζητήσουν και επιδώσουν τη λήψη και άλλων στοιχείων (αποδείξεις και άλλα έγγραφα συμπληρωματική πραγμ/σύνη κ.λπ.) και είναι σε θέση να διατυπώσουν και αυτοί σε πρώτη φάση τις απόψεις, αλλά και τις απορίες τους και τις επιφυλάξεις που θα έχουν αναφορικά με την τελική πρόταση που θα κάνουν στον ζημιωθέντα ή στους ζημιωθέντες.

Συνεπώς στο σημείο αυτό ακριβώς ο επικεφαλής έμμοσθος δικηγόρος κατά κύριο λόγο και οι συνεργαζόμενοι κατά δεύτερο λόγο, θα πρέπει να παίξουν σημαντικό ρόλο για τον εξοπλισμό του διακανονιστή με επιχειρήματα, καταστάλαγμα της εμπειρίας τους από τον χειρισμό εκατοντάδων υποθέσεων που συζητήσαν στα ακροατήρια και από το περιεχόμενο αποφάσεων που εκδόθηκαν σ' αυτές ή μελέτησαν και επικαλέστηκαν αφού με αυτές έχουν λυθεί νομολογικά τα περισσότερα θέματα που αντιμετωπίζουν ή θα αντιμετωπίσουν οι διακανονιστές. Δηλαδή ο έμμοσθος δικηγόρος θα πρέπει να γίνει «ο κατ' οίκον» φροντιστής των διακανονιστών - συνεργατών του στα κέντρα διακανονισμού που θα τους μεταδώσει ένα πρακτικό τρόπο σκέψης χωρίς νομικές ορολογίες αλλά με απλές και καθαρές εκφράσεις.

Έτσι θα μπορεί ο διακανονιστής όχι μόνο να τις αφομώσει, αλλά και να τις μεταδίδει στους ζημιωθέντες, αλλά και στους συνεργάτες του διακανονιστές, τον προϊστάμενο του κέντρου διακανονισμού και στον περιφερειακό διευθυντή αναφορικά με την αξιολόγηση του παραπάνω υλικού, τα πιθανά αποτελέσματα και την τύχη μιας υποθέσεως αν φθάσει, τελικά, στα Δικαστήρια.

Ο διακανονιστής θα πρέπει να φθάσει σ' ένα επίπεδο, ώστε να αναπτύσσει τις απόψεις του και τα επιχειρήματά του κατά πειστικό τρόπο, γιατί πρέπει να πληρωθεί ή να μην πληρωθεί μία υπόθεση; Ποιό θα είναι το ύψος της αποζημιώσεως που θα καταβληθεί; και το οποίο θα πρέπει να δι-

καιολογήσει στον ζημιωθέντα. Αν δεν τον πείσει υπάρχουν εκατοντάδες δικηγόροι που περιμένουν πώς και πώς για να τον κάνουν πελάτη και να του υποσχεθούν πολύ μεγαλύτερα ποσά και μάλιστα έντοκα με 34%, που αποτελεί σοβαρό δέλεαρ και για τους ζημιωθέντες. Αλλά και στο σημείο αυτό ο έμμοσθος και εξειδικευμένος διακανονιστής θα πρέπει να του επισημάνει και τα αρνητικά σημεία, όπως την πληρωμή φόρου επί των τόκων που θα του παρακρατήσουν σε ποσοστό 21% ή 23%, το ποσοστό αμοιβής του δικηγόρου, που ξεκινά συνήθως από 20% και άνω, την αβεβαιότητα για την έκβαση της δίκης κ.λπ. Όλα αυτά τα επιχειρήματα είναι μετρημένα στα πέντε δάκτυλα και ο πιο άπειρος διακανονιστής μπορεί να τα αφομοιώσει και να τα αντιπαραθέτει, όταν συζητά το κλείσιμο της υπόθεσης; και στους ζημιω-

## ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

**A. ΤΣΩΚΟΣ:** Γεννήθηκε στο Αγρίνιο το 1948.

Σπούδασε Νομικά, πολιτικές επιστήμες και Δημόσια Διοίκηση. Εργάζεται στην Εθνική Ασφαλιστική από το 1975, αρχικά σαν υπάλληλος και στη συνέχεια σαν έμμοσθος δικηγόρος της. Με τις παραπάνω ιδιότητές του παρακολούθησε σειρά σεμιναρίων για όλους τους κλάδους Ασφαλίσεων και ιδιαίτερα στον τομέα ασφαλίσεων ζωής και αποζημιώσεων από τροχαία ατυχήματα όπου και έχει ειδικευτεί πλέον της ειδίκευσής του στις μισθώσεις αυτοκινήτων. Συνέγραψε πολλές μελέτες γύρω από θέματα κοινωνικής ασφάλισης και περιφερειακής ανάπτυξης υποανάπτυκτων νομών και περιφερειών.

θέντες, αλλά ακόμη και με τον αντίτιμο δικηγόρο που ανέλαβε τελικά την υπόθεση, και φυσικά πριν φθάσει η υπόθεση στο ακροατήριο.

5. Δεν αρκούν μόνο τα σεμινάρια, τα οποία αποτελούν για πολλούς μια απλή ανάμνηση κάποιας συγκεντρώσεως που είχαμε πει το καφεδάκι μας ή φάγαμε κάποιο μεζεδάκι, αλλά χρειάζεται πρακτική εξάσκηση με τον τρόπο που προανέφερα.

6. Πρέπει να δοθούν από τις Δ/νσεις των Ασφ. Εταιριών ανάλογα κίνητρα προς αυτούς, όπως, ειδικά επιδόματα ανάλογα με τις υποθέσεις που επεξεργάστηκαν και χειρίστηκαν και το αποτέλεσμα που έφεραν σ' αυτές, ώστε να λειτουργήσει ως κίνητρο για βελτίωση της απόδοσής τους και κατά συνέπεια την προαγωγή τους.

7. Να προωθούνται σαν προϊστάμενοι των κέντρων διακανονισμού καταξιωμένοι κατά αντικειμενικά και μόνο κριτήρια δια-

κανονιστές, οι οποίοι με τις γνώσεις, τις εμπειρίες, τα οράματα και την ευελιξία που θα έχουν αποκτήσει στην επικοινωνία με τους ανθρώπους και σε αρνητικές πολλές φορές παραμέτρους, θα έχουν τη δυνατότητα να γίνουν ικανότατα διευθυντικά στελέχη, όχι μόνο στις ζημιές, αλλά και στην προώθηση και των άλλων ασφαλιστικών προϊόντων που πουλά η Ασφ. Εταιρία στο κέντρο ή υπ/μα που υπηρετεί.

8. Να υπάρχει συνεχής επιμόρφωση αυτών όχι μόνο στη θεωρητική και πρακτική κατάρτιση αλλά και στις σύγχρονες μεθόδους επικοινωνίας και management.

9. Να υπάρχει ειδικός υπάλληλος στατιστικολόγος που θα ασχολείται με τον έλεγχο των αποτελεσμάτων και των αποκλίσεων από τους στόχους των κέντρων διακανονισμού και να δίδει στοιχεία, ανά

πᾶσα στιγμή και όταν τους ζητηθούν, από το κεντρικό όργανο, που είναι η Δ/ση κλάδου Αυτ/των και παραπάνω η Γενική Διεύθυνση.

10. Οι περιφερειακοί διευθυντές να συμμετέχουν πιο ενεργά στην αξιολόγηση των αποτελεσμάτων και στην υλοποίηση των αποφάσεων.

11. Να υπάρξει βελτίωση του εργασιακού περιβάλλοντος και να αναζητηθούν και άλλες προτάσεις από τους ασχολούμενους με το παραπάνω αντικείμενο. Προτάσεις, όμως, που θα στοχεύουν στον περαιτέρω εκσυγχρονισμό και την αύξηση της αποτελεσματικότητας των Κέντρων διακανονισμού. Η «Εθνική» είπαμε είναι πρωτοπόρος και πρέπει να συνεχίσει βελτιώνοντας, μέρα με τη μέρα, το θεσμό των κέντρων διακανονισμού, οι δε άλλες Ασφ.

Εταιρίες θα πρέπει να ξεκινήσουν και αυτές το συντομότερο δυνατόν, ώστε να μπορέσουν όλες μαζί να παρακολουθήσουν την Ευρώπη «των δύο ταχυτήτων» στον τομέα των αποζημιώσεων από τροχαία ατυχήματα. Τελειώνοντας, είμαι σίγουρος ότι με την μεγάλη οικονομική ευμάρεια και την οργάνωση των μεγάλων, τουλάχιστον, Ασφαλιστικών Εταιριών, το πνεύμα συνεννόησης και κατανόησης μεταξύ των ικανών στελεχών που διοικούν αυτές, θα έχουμε τα ποθούμενα άλματα και θαύματα στον τομέα που προβληματιστήκαμε. Υπάρχει αισιοδοξία. Μία αισιοδοξία που μας την δίδουν οι ηγεσίες των Εταιριών και των υπευθύνων. Το περιοδικό μας, πάντως, ευρίσκεται στη διάθεση οιοσδήποτε ενδιαφερομένου για ανταλλαγή απόψεων και προτάσεων. Δ□

## Επιχειρηματική Στρατηγική

Γράφει ο:  
**Δ. ΜΑΥΡΟΓΙΑΝΝΗΣ**

Είναι αυτονόητο ότι κάθε επιχείρηση ανεξάρτητα από το μέγεθός της, θα πρέπει να διέπεται από μια επιχειρηματική στρατηγική.

Αυτή η στρατηγική πρέπει να περιγράφει με λεπτομέρεια τον σκοπό της εταιρίας, τους στόχους καθώς και τα σχέδια για να επιτευχθούν οι συγκεκριμένοι στόχοι.

### Οι ακόλουθες συνθήκες κρίνονται απαραίτητες για να υπάρξει με επιτυχία μια επιχειρηματική στρατηγική:

1. Η δημιουργία υποδομής για την σχεδίαση και εφαρμογή της στρατηγικής.
2. Η διατήρηση συνέπειας και ακολουθίας κατά την περίοδο της εφαρμογής της.
3. Η πρόβλεψη κατά την σχεδίαση ενός βαθμού ευελιξίας για την αντιμετώπιση εμπορικών ή άλλων συγκυριών.
4. Η αποδοχή της στρατηγικής που έχει διαμορφωθεί από τα ανώτερα στελέχη της επιχείρησης και η συμμετοχή τους στην σχεδίαση της στρατηγικής στο μέτρο του εφικτού.
5. Η αποδεδειγμένη ικανότητα των στελεχών της επιχείρησης να εργάζονται και

σε ατομική αλλά και σε συλλογική βάση με άριστο συντονισμό.

6. Η διαμόρφωση ενός συστήματος εξέλιξης στελεχών, όπου υπάρχουν συγκεκριμένοι ποσοτικοί και ποιοτικοί στόχοι (το είδος της επιβράβευσης ή μη πρέπει να είναι γνωστό εκ των προτέρων).

7. Η λειτουργία ενός πληροφοριακού



### ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Ο κ. Δ. Μαυρογιάννης είναι κάτοχος διπλωμάτων Bachelor of Science (Marketing), M.B.A. (Marketing) και διδακτορικού στην διοίκηση επιχειρήσεων. Δίδαξε θέματα Έρευνας Αγοράς (Marketing Research) στο Ελληνικό Ινστιτούτο Ασφαλιστικών Σπουδών (Ε.Ι.Α.Σ.) κατά την διδακτική περίοδο 1988/1989. Από το 1985 έως σήμερα είναι υπεύθυνος του Τμήματος Μελετών και Ερευνών marketing μεγάλης ασφαλιστικής εταιρίας. Από το 1982 ως το 1984 εργάστηκε στην ICAP-HELLAS.

συστήματος που καλύπτει τις ανάγκες της επιχείρησης (Marketing-Πωλήσεων-Οικονομικών).

### Τα ακόλουθα 6 σημεία αναφέρονται σε γενικές αρχές της επιχειρηματικής στρατηγικής:

1. Η επιχειρηματική στρατηγική πρέπει να είναι διατυπωμένη με σαφήνεια, προσδιορίζοντας το χρονικό διάστημα που καλύπτει (η επιχειρηματική στρατηγική έχει μακροχρόνιο χαρακτήρα).
2. Η επιχειρηματική στρατηγική θα πρέπει να εκμεταλλεύεται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα πλεονεκτήματα που διαθέτει η επιχείρηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό, τις τάσεις της αγοράς, καθώς και τις ευκαιρίες που παρουσιάζονται και να αξιολογεί την ανάληψη κινδύνων.
3. Η στρατηγική θα πρέπει να ενεργοποιεί όλους τους πόρους της επιχείρησης για την καλύτερη επίτευξη των στόχων.
4. Η στρατηγική θα πρέπει να ενισχύει την εσωτερική συνοχή των επί μέρους σχεδίων, προγραμμάτων και στόχων της επιχείρησης για κάθε τμήμα.
5. Η επιχειρηματική στρατηγική θα πρέπει να σχεδιάζεται από στελέχη με πολύ καλή γνώση της επιχείρησης και του κλάδου στον οποίο δραστηριοποιείται, καθώς και με αποδεδειγμένη την ικανότητα σχεδιασμού.
6. Η αξιολόγηση της στρατηγικής πρέπει να γίνεται σε τακτά χρονικά διαστήματα για να παραμένει ρεαλιστική και προσαρμοσμένη στις τάσεις και ευκαιρίες της αγοράς. Δ□

## Προσέξτε αυτή την έρευνα για τους Έλληνες...

Όλα τα «καλά» και «κακά» της φυλής μας αποδεικνύονται σε έρευνα, με θέμα τη σκιαγράφηση του τυπικού Έλληνα και Ελληνίδας, τα αποτελέσματα της οποίας παρουσίασε στο 4ο Συνέδριο Διαφήμισης, ο πρόεδρος της «Spot Thompson», Γεώργιος Μαύρος.

Εξωστρεφής, γλεντζές, έντονα πατριарχικός, ολίγον χαρτοπαίχτης και με διάθεση να μη αναλαμβάνει υπεύθυνες θέσεις στην εργασία του είναι μερικά από τα «αξιοπρόσεκτα» χαρακτηριστικά, που προσδίδει η έρευνα στον τυπικό Έλληνα. Όσο για την Ελληνίδα, της αρέσει να την φροντίζουν, να είναι ανεξάρτητη οικονομικά, ενώ αποφεύγει τελειώς τις περιπέτειες.

Έστω κι αν πιστεύουμε ότι «εμείς δεν ανήκουμε στον τυπικό Έλληνα ή Ελληνίδα», ας ριξουμε μια λεπτομερή ματιά στα κύρια αποτελέσματα αυτής της έρευνας, διότι, αν μη τι άλλο, έχουν ενδιαφέρον.

### Το προφίλ του Έλληνα

Ο τυπικός Έλληνας χαρακτηρίζεται ως εξωστρεφής, που του αρέσει να διασκεδάζει με τους φίλους του μέσα ή έξω από το σπίτι και να χρησιμοποιεί μεγάλο μέρος του ελεύθερου χρόνου του για τις ανθρωπίνες σχέσεις και επαφές.

Τείνει να είναι ένθερμος αναγνώστης εφημερίδων, παρακολουθεί τα αθλητικά γεγονότα, βλέπει πολύ συχνά τηλεόραση, παίζει χαρτιά, αλλά δεν συνηθίζει να διαβάζει τακτικά βιβλία ή να πηγαίνει συχνά θέατρο και κινηματογράφο.

Στην επαγγελματική ζωή, ο Έλληνας δίνει μεγάλη έμφαση στη σίγουρη εργασία και εξασφαλισμένο εισόδημα, αποφεύγοντας σε γενικές γραμμές θέσεις με υψηλό βαθμό ευθύνης που απαιτούν τη λήψη σοβαρών αποφάσεων. Η δουλειά, όμως, του αρέσει και δεν θα ήθελε να σταματήσει να δουλεύει, έστω κι αν δεν είχε ανάγκη τα χρήματα.

Δείχνει μια δυσκολία στην ομαδική εργασία και ενώ του αρέσει να κάνει φίλους στη δουλειά του, εντούτοις επιζητεί να

είναι «ανεξάρτητος».

Με την πάροδο των ετών ο Έλληνας αρχίζει να εκφράζει πιο έντονα απόψεις υπέρ της ισότητας των δύο φύλων. Εντούτοις, παρ' όλη την εξωτερική αυτή τοποθέτησή του, μέσα του εξακολουθεί να είναι έντονα πατριарχικός.

Τα τελευταία χρόνια ο Έλληνας σταδιακά γίνεται όλο και πιο πολύ οπαδός της μόδας, κάνει περισσότερα σπορ και προσέχει περισσότερο τον καλλωπισμό και την εξωτερική του εμφάνιση. Ως καταναλωτής είναι προσεκτικός και δύσκολος.

Τα τελευταία χρόνια, επίσης γίνεται από κρατικιστής έντονα θετικός απέναντι στην ιδιωτική πρωτοβουλία.

### Το προφίλ της Ελληνίδας

Η εικόνα της σημερινής Ελληνίδας είναι αυτή της δημοφιλούς, που έχει αυτοσεβασμό και πολλές κοινωνικές δραστηριότητες, χωρίς να ενδιαφέρεται ιδιαίτερα να επεκτείνει τη μόρφωσή της ή να χρησιμοποιήσει τη δύναμή της. Δεν της αρέσει καθόλου η περιπέτεια, προτιμά να υιοθετεί μια παθητική στάση, παρά να δραστηριοποιείται η ίδια. Ζει πολύ καλύτερα

σε ένα φιλικό πλαίσιο, που οι άλλοι μπορούν να τη φροντίζουν καλά.

Πάνω από 4 στις 10 γυναίκες πιστεύουν ότι το κοινωνικοπολιτικό κλίμα της χώρας μας δεν αφήνει περιθώρια για καλή επικοινωνία και αμοιβαία εμπιστοσύνη μεταξύ των ατόμων, ούτε να προσφέρει ευκαιρίες για περισσότερη μόρφωση.

Όλο και περισσότερες γυναίκες εργάζονται, αλλά η αλλαγή αυτή γίνεται πιο έντονη βλέποντας: α) την αύξηση αυτών, που υποστηρίζουν ότι δεν εργάζονται απλώς λόγω ανάγκης, αλλά για καριέρα και β) την αύξηση του ποσοστού των μη εργαζομένων γυναικών, που εκδηλώνουν έντονη πρόθεση να εργασθούν.

Σχετικά με την «αγοραστική» συμπεριφορά γυναικών, η πλειοψηφία έδειξε μια επιθυμία έντιμης συναλλαγής. Οι Ελληνίδες όσον αφορά στην ποιότητα και την τιμή των προϊόντων διαπιστώθηκε ότι συνδυάζουν την «αξία μαζί με την τιμή του προϊόντος». Επίσης, προτιμούν να πληρώνουν πιο ακριβά εάν αυτό είναι προϋπόθεση για μια καλή ποιότητα, ενώ αντίθετα εκδηλώνουν καχυποψία για τα φθηνά προϊόντα. Η Ελληνίδα μπορεί να χαρακτηριστεί σαν «δυναμική καταναλώτρια».

Δεν μπορεί να συγκριθεί η μέση Ελληνίδα, έστω και αν θεωρείται «μοντέρνα», με τη γυναίκα των χωρών της Ευρωπαϊκής Κοινότητας ως προς τις οικονομικές συναλλαγές της, αφού 48% δηλώνουν κατοχή προσωπικού τραπεζικού λογαριασμού και μόνο 1 στις 20 έχει πιστωτική κάρτα.

Τέλος, η μέση Ελληνίδα έχει θετική στάση απέναντι στη διαφήμιση. Δ□

## 10 τρόποι για να γλιτώσετε πολύτιμο χρόνο

1. Μάθετε να θέτετε προτεραιότητες.
2. Ξεκινήστε με θέματα υψηλού βαθμού σημαντικότητας.
3. Καταπολεμήστε την αναβλητικότητα.
4. Διαιρέστε μεγάλες και δύσκολες εργασίες σε μικρότερες και ευκολότερες.
5. Καθορίστε μια «ήσυχη ώρα» ημερησίως για την επίλυση ενός σοβαρού θέματος.
6. Μάθετε να λέτε όχι, όταν έχετε μια άλλη σοβαρή εργασία να διεκπεραιώσετε.
7. Συγκεντρώστε όλες τις παρεμφερείς εργασίες και δουλέψτε τις ταυτόχρονα.
8. Αναθέστε εργασίες σε άλλους.
9. Ελαχιστοποιήστε τις εργασίες ρουτίνας και καταναλώστε για αυτές μόνο τον χρόνο που απαιτούν.
10. Μην υπερφορτώνετε το πρόγραμμά σας αφήνοντας κάποιο χρόνο για ξαφνικές διακοπές και κρίσεις.

## Συνάδελφοι τολμήστε υψηλά επιτεύγματα και ήθος!

Η βράβευση των παραγωγών από τον Σ.Π.Α.Ε.



Ο κ. Δ. Κοντομηνάς με την κ. Β. Μαμάλη - Κασφίκη που βραβεύθηκε από την Interamerican International και για το million dollar round table στον κλάδο ζωής.

Στις 13 Φεβρουαρίου του 1991 ο Σ.Π.Α.Ε. βράβεψε για μια ακόμη φορά τον καλύτερο Ασφαλιστικό Σύμβουλο της χρονιάς που μας πέρασε. Πολλοί ίσως αναρωτηθούν «και λοιπόν τι έγινε;». Μήπως τόσες και τόσες βραβεύσεις δεν γίνονται από τις εταιρίες κατά τις ετήσιες εκδηλώσεις τους; Είναι αυτός λόγος να σπαταλάμε το χώρο που ευγενικά παραχωρεί αυτό το περιοδικό με μια τέτοια ειδηση που τείνει να γίνει από λίγο έως πολύ ρουτίνα.

Εμείς αγαπητοί συνάδελφοι θα πούμε ναι. Όχι για τη βράβευση αυτή καθ' αυτή, όσο για τη φιλοσοφία που διέπει αυτή τη βράβευση και τη διάσταση που ο Σ.Π.Α.Ε. θέλει και πρέπει να της δώσουμε.

Όσοι παρακολουθούν από κοντά τα τεκταινόμενα στον κλάδο, θα διαπίστωναν με την πρώτη ματιά ότι φέτος δεν έγιναν τρεις βραβεύσεις αλλά μόνο μια βράβευση. Βραβεύθηκε ο ΠΡΩΤΟΣ ΤΩΝ ΠΡΩΤΩΝ και δεν μέτρησε μόνο το ύψος της παραγωγής, αλλά όλη του η παρουσία στον χώρο μας, όπως η διάρκεια συνεργασίας με την ίδια εταιρία, η δραστηριότητα, το ήθος, ο τρόπος και η συμπεριφορά που κινείται μέσα στο ευρύτερο φάσμα της ασφαλιστικής αγοράς. Σ' αυτό το σημείο θα διατηρήσουμε το δικαίωμα να συνδέσουμε επίσης τη βράβευση και με το γε-

γονός ότι ο βραβευμένος θα πρέπει να αποτελεί Μέλος του Συνδέσμου, ώστε και από αυτή την πλευρά ο βραβευθεισόμενος να απολαμβάνει μιας ελάχιστης έξωθεν καλής μαρτυρίας.

Φιλοδοξία μας είναι όλοι οι Ασφαλιστικοί Σύμβουλοι να εντείνουν τις προσπάθειές τους, ώστε να αποτελέσει γι' αυτούς η βράβευση την κορυφαία στιγμή στην καριέρα τους. Οι ίδιες οι εταιρίες και οι managers να παροτρύνουν τους ασφαλιστές τους να αγκαλιάσουν το θεσμό της

βράβευσης, ώστε και την πρόπευσα βαρύτητα να αποκτήσει στην ασφαλιστική βιομηχανία, αλλά και για τους ίδιους η βράβευση του δικού τους ασφαλιστή να μετρήσει, σαν μια ακόμη επιτυχία και προσωπική δικαίωση. Μέσα από αυτόν τον θεσμό και καθιερώνοντάς τον ως κορυφαίο γεγονός της ασφαλιστικής αγοράς και γιατί όχι από κάποια στιγμή και ολόκληρου του κοινωνικού χώρου (βλέπε βράβευση ΕΣΗΕΑΤ, ΠΣΑΠ, ΣΠΕΠ κ.λπ.) συμβάλλουμε στην ανάπτυξη του κύρους του ασφαλιστή, στην εξασφάλιση νέων ικανών στελεχών για τις ίδιες τις εταιρίες, αλλά παράλληλα δίνοντας τον κορυφαίο ρόλο και θέση, που αρμόζει και στον ίδιο τον Σ.Π.Α.Ε.

Ας αγκαλιάσουμε όλοι αυτό το θεσμό για τα τόσα ευεργετικά αποτελέσματα που πραγματικά μπορεί να προσφέρει στον κλάδο μας, απευθύνοντας τα θερμότερα συγχαρητήρια και ευχές στους πρώτους του χτες, του σήμερα και του αύριο που αποτελούν και θα αποτελέσουν τα λαμπρά παραδείγματα για την αναβάθμιση της ασφαλιστικής αγοράς και του επαγγέλματος του ασφαλιστή και βέβαια τα θερμότερα συγχαρητήρια και ευχές για ακόμη μεγαλύτερες επαγγελματικές και οικογενειακές επιτυχίες στην κα. ΚΑΣΦΙΚΗ - ΜΑΜΩΛΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ που ήταν η φετινή κορυφαία, με την ελπίδα ότι και αυτή θα σταθεί φωτεινό παράδειγμα για μας όλους τους υπόλοιπους. Σημειώνουμε ότι η κα. ΚΑΣΦΙΚΗ-ΜΑΜΩΛΗ ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ έχει τα δύο τελευταία χρόνια μέση ετήσια παρα-



Ο κ. Β. Κάλτσας παροτρύνει τους ασφαλιστές να επιδιώξουν μεγάλα επιτεύγματα.

γωγή ζωής 62 εκατομμύρια, διατηρησιμότητα 94% και 7 χρόνια συνεργασίας με την INTERAMERICAN. ΣΥΓΧΑΡΗΤΗΡΙΑ!

Θερμά μηνύματα απέστειλαν στην εκδήλωση ο κ. Αθ. Ξαρχάς Υπουργός Εμπορίου, ο Γεν. Διευθυντής της NATIONALE NEDERLANDEN κ. Π. Καραλής και ο κ. Α. Ταμπουράς.

Ζωντανή παρουσία κατ' αλφαβητική σειρά είχαν:

Ο κος Κων/νος Αλβανός Πρόεδρος του

Συνδέσμου Συντονιστών Ασφαλίσεων Ελλάδος, ο κος Μανώλης Ανδρόνικος Δ/ντής Πωλήσεων και MARKETING της NATIONALE NEDERLANDEN ο κος. Ανδρέας Βασιλείου - Γεν. Δ/ντής της ALICO η κα. Ειρήνη Δορκοφίκη - Γεν. Δ/ντρια της ΙΟΝΙΚΗΣ, ο κος Βασίλης Καλτσάς Αναπληρωματικός Γεν. Δ/ντής της INTERAMERICAN, ο κος Γεώργιος Μίχος Γεν. Δ/ντής της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΖΩΗΣ, ο κος Ιωάννης Μουρμούρης σύμβουλος του Υ-

πουργού Εμπορίου, ο κος Κων/νος Μπράκος Γεν. Δ/ντής της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ-ΓΕΝΙΚΩΝ ΑΣΦΑΛΕΙΩΝ, ο κος Γεώργιος Παϊπέτης Γεν. Δ/ντής του ΑΣΤΕΡΑ, ο κος Δημήτρης Παλαιολόγος Πρόεδρος της Ένωσης Ασφαλιστικών Εταιριών, ο κος Γεώργιος Σκούρτης Αντιπρόεδρος της Ένωσης Ελληνικών Ασφαλιστικών Εταιριών, ο κος Ιωάννης Τοκάκης Γεν. Δ/ντής ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΥ, όπως επίσης και επρωσωποι του Ασφαλιστικού και λοιπού τύπου. △□

## Φιλόδοξοι στόχοι

Στο ετήσιο συνέδριο συνεργατών ζωής της ασφαλιστικής εταιρίας «ΑΣΤΗΡ»



από τις πιο εξεχουσες θέσεις στην ελληνική ασφαλιστική αγορά.

Οι παραγωγικοί στόχοι της Ασφαλιστικής Εταιρίας ΑΣΤΗΡ για την επόμενη πενταετία είναι ιδιαίτερα φιλόδοξοι. Σίγουρα όμως μπορούν να πραγματοποιηθούν χάρις στα σημερινά μεγάλα οικονομικά μεγέθη της εταιρίας, το έμπειρο και καλά καταρτισμένο ανθρώπινο δυναμικό της, τις υπάρχουσες δυνατότητες της αγοράς για ανάπτυξη και την αξιοποίηση των δυνατοτήτων που της προσφέρει η Εθνική Τράπεζα της Ελλάδας, η οποία είναι και ο κυριότερός της μέτοχος.

Ομιλητές στο Συνέδριο ήταν: — Ο υπεύθυνος του Τομέα Ζωής κ. Γ. Γρίβας.

— Ο δημοσιογράφος κ. Θανάσης Παπανδρόπουλος ο οποίος μίλησε για τις εξελίξεις στη Διεθνή Οικονομία και πώς αυτές επηρεάζουν τις Ασφαλί-

σεις ζωής.

— Ο Σύμβουλος Επικοινωνίας κ. Θαλής Κουτούπης που μίλησε για τις Δημόσιες Σχέσεις.

— Η Ψυχολόγος κα Σμαρούλα Παντελή, η οποία μίλησε για τους ψυχολογικούς παράγοντες και πώς αυτοί καθορίζουν την πώληση.

— Και ο Καθηγητής Πανεπιστημίου Καρδιολόγος κ. Κωνσταντέλλος, ο οποίος ανέπτυξε την έννοια του ιατρικού UNDERWRITING στις Ασφαλίσεις ζωής.

Στο συνέδριο παρευρέθησαν ο Γενικός Γραμματέας του Υπουργείου Αιγαίου κ. Παπαευστρατίου, οι Υποδιοικήτες της Εθνικής Τράπεζας κ.κ. Σπ. Καπράλος, Χ. Σορότος, τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου της Ασφαλιστικής Εταιρίας ΑΣΤΗΡ, Γενικοί Διευθυντές Ασφαλιστικών Εταιριών Ζωής κ.λπ. △□

## Πώς λύνουν τα προβλήματα του Πληθωρισμού οι ασφαλιστές;

*Ο Douglas F. Greer προσεγγίζει τον πληθωρισμό ως ένα μακροοικονομικό φαινόμενο - ένα φαινόμενο που αφορά συνολικά την οικονομία μίας χώρας - και ορίζει την έννοιά του ως την αύξηση στο μέσο ύψος των τιμών των αγαθών, προϊόντων, και υπηρεσιών, και των μισθών ή ημερομισθίων που παρατηρείται σε μια οικονομία μεταξύ συγκεκριμένων χρονικών στιγμών.*

Το φαινόμενο του πληθωρισμού, επίμονο και διαρκώς εντεινόμενο ή αναζωπυρνώμενο κατά τα τελευταία χρόνια, είναι εκείνο που επηρεάζει δυσμενώς πλείστους όσους τομείς οικονομικής δραστηριότητας και, συνεπώς, διακυβεύει την ίδια την ευημερία της Ελληνικής Κοινωνίας.

Πραγματικά, οι «ορατές» εκφράσεις του πληθωρισμού — δηλ. η άνοδος στις τιμές των αγαθών και η παράλληλη μείωση της αγοραστικής δύναμης των εισοδημάτων — επιδρούν αρνητικά στο βιοτικό επίπεδο του κα-

ταναλωτή και, έτσι, είτε καθλώνουν είτε συρρικνώνουν το βαθμό ευημερίας που απολαμβάνει μια κοινωνία (στην προκειμένη περίπτωση η Ελληνική κοινωνία).

### Τι είναι πληθωρισμός;

Τι είναι, όμως, και πως ορίζεται αυτό το πληθωριστικό φαινόμενο που επί σειρά ετών κυριαρχεί στην επικαιρότητα της χώρας μας και διαταράσσει τους οικονομικούς και κοινωνικούς ιστούς της;

Ο Douglas F. Greer προσεγγίζει

τον πληθωρισμό ως ένα μακροοικονομικό φαινόμενο - ένα φαινόμενο που αφορά συνολικά την οικονομία μίας χώρας - και ορίζει την έννοιά του ως την αύξηση στο μέσο ύψος των τιμών των αγαθών, προϊόντων, και υπηρεσιών, και των μισθών ή ημερομισθίων που παρατηρείται σε μια οικονομία μεταξύ συγκεκριμένων χρονικών στιγμών!

Στην Ελληνική οικονομία οι ενασκοπούμενες πληθωριστικές πιέσεις είναι οξείες και, καθώς, μπορούμε να δούμε στα στοιχεία του ΠΙΝΑΚΑ 1, ο Δείκτης Τιμών Καταναλωτή (μέτρο εκτίμησης της αύξησης που διαχρονικά εμφανίζεται στο μέσο ύψος των τιμών των καταναλωτικών αγαθών) έχει γνωρίσει κατακόρυφη και, θα λέγαμε, δραματική άνοδο στη διάρκεια της προηγούμενης δεκαετίας.

### ΠΙΝΑΚΑΣ 1

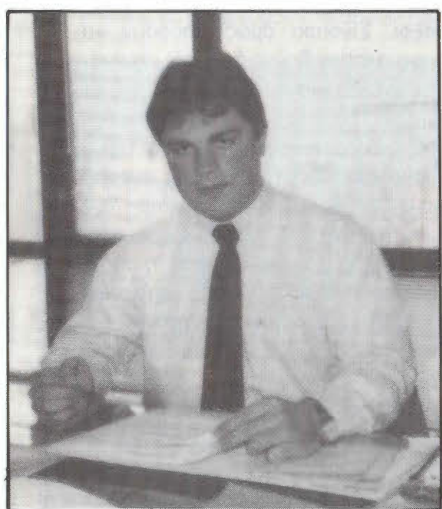
Πορεία Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (Βάση: Έτος 1980)

ΕΤΟΣ	ΥΨΟΣ	Δ.Κ.Τ.
1980	100	
1989	380	

Πηγή: EUROSTAT Review 1980 - 1989

### ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Ο Νίκος Δ. Σωφρονάς είναι Οικονομολόγος (B.A.M.A. Ph. D. Cand) με ανώτατες και μεταπτυχιακές σπουδές στους τομείς Management και Οικονομικών Επιστημών στα Πανεπιστήμια NORTHEASTERN ILLINOIS και ROOSEVELT των Η.Π.Α. Κατά το παρελθόν έχει εργαστεί στις Διευθύνσεις Marketing και Εκπαιδευτικής οργάνωσης τόσο στις Η.Π.Α. όσο και στην Ελλάδα. Ειδικότερα έχει συνεργαστεί με την εταιρία J & M Company of Chicago ως Marketing Planner και με το Αμερικανικό Κολλέγιο Southeastern College ως Καθηγητής Management. Με την INTERNATIONAL συνεργάζεται από τον Μάιο 1988 στο Ινστιτούτο Εκπαιδευτικής της εταιρίας όπου είναι Υπεύθυνος του Τμήματος Σχεδιασμού και Επιμόρφωσης.



Πραγματικά, όπως αποκαλύπτουν τα μεγέθη του πίνακα, υπήρξε τετραπλασιασμός του μέσου ύψους των τιμών των καταναλωτικών προϊόντων και υπηρεσιών στο πέρασμα των ετών της προηγούμενης δεκαετίας.

Αυτή η εξέλιξη πρακτικά μπορεί να σημαίνει ότι ο μέσος καταναλωτής χρειάζεται περισσότερα χρήματα σήμερα για να αγοράσει το «καλάθι» των αγαθών που, πριν από κάποιο χρονικό διάστημα, κόστιζε αισθητά λιγότερο!

Βέβαια, ένα τέτοιο δυσμενές ενδεχόμενο είναι πιθανό να αποτραπεί εάν το εισόδημα του καταναλωτή έχει αναπροσαρμοστεί αυξητικά ώστε να εκμηδενίζεται η διαβρωτική επίπτωση του πληθωρισμού σε αυτό.

Καθώς, όμως, διακρίνουμε από τα δεδομένα του ΠΙΝΑΚΑ II, η διαχρονική ανέλιξη της αμοιβής της εργασίας, δηλαδή η ποσοστιαία αύξηση που έχει επέλθει σε μισθούς και ημερομίσθια κατά τη διάρκεια της πρόσφατης δεκαετίας, υπολείπεται της ποσοστιαίας άνοδου των τιμών προϊόντων και υπηρεσιών, κατά την αυτή χρονική περίοδο της δεκαετίας 1980!

Συγκεκριμένα, ενώ είδαμε τις τιμές των αγαθών να αυξάνουν κατά 280 ποσοστιαίες μονάδες στα έτη 1980 και 1989, οι μέσες αυξήσεις που εδόθησαν σε μισθούς και ημερομίσθια δεν υπερέβησαν τις 250 ποσοστιαίες μονάδες για την αντίστοιχη χρονική περίοδο.

### ΠΙΝΑΚΑΣ II

Διαχρονική Πορεία της Αμοιβής της Εργασίας (Βάση: Έτος 1980)

ΕΤΟΣ	ΑΜΟΙΒΗ
1980	100
1989	349

Πηγή: EUROSTAT Labor Costs 1980 - 1989

Η σύγκριση των προαναφερομένων μεγεθών οδηγεί, επομένως, στη συναγωγή του συμπεράσματος ότι, σε ό,τι τουλάχιστον αφορά στην Ελληνική οικονομία, η διαβρωτική επίπτωση του πληθωρισμού στην αγοραστική δύναμη του εισοδήματος των καταναλωτών στην αγοραστική δύναμη του εισοδήματος των καταναλωτών

είναι καθοριστική και πραγματική - στο μέτρο που η παρατηρούμενη άνοδος των τιμών προϊόντων και υπηρεσιών δεν καλύπτεται επαρκώς από κάποια αντισταθμιστική θετική αναπροσαρμογή των μισθών και των ημερομισθίων.

ΑΥΤΗ ΑΚΡΙΒΩΣ Η ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΑΦΕΤΗΡΙΑ ΑΝΗΣΥΧΙΑΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ ΠΟΥ, ΒΛΕΠΟΝΤΑΣ ΤΙΣ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΕΣ ΠΙΕΣΕΙΣ ΝΑ ΕΞΑΣΘΕΝΙΖΟΥΝ ΤΗΝ ΟΙ-

το θέμα, αφού οι πληθωριστικές πιέσεις κατατρώγουν εισοδήματα και αγοραστικές αξίες και, επομένως, «αφαιμάσσουν» τον καταναλωτή και τον αποστερούν από το δυνητικά ικανοποιητικό επίπεδο διαβίωσης ή ευημερίας που επιθυμεί.

Ποιά, ωστόσο, μπορεί να είναι τα αίτια εκείνα που «παράγουν» το πρόβλημα και το αναζωπυρώνουν ώστε να αποτελεί μελανό σημείο της καθημερινής οικονομικής και κοινωνικής επικαιρότητας;



ΚΟΝΟΜΙΚΗ ΤΟΥ ΔΥΝΑΜΗ ΚΑΙ ΝΑ ΥΠΟΒΑΘΜΙΖΟΥΝ ΤΟ ΒΙΟΤΙΚΟ ΤΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟ, ΑΝΑΖΗΤΕΙ ΔΙΕΞΟΔΟΥΣ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ (ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΕΣ) ΛΥΣΕΙΣ ΑΥΞΗΜΕΝΗΣ ΑΠΟΔΟΣΗΣ ΠΟΥ ΘΑ ΞΕΠΕΡΑΣΟΥΝ ΤΗΝ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΗ ΔΙΑΒΡΩΣΗ.

### ΑΙΤΙΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟΥ

Στην εισαγωγική ενότητα αυτής της μελέτης σκιαγραφήσαμε, μεταξύ άλλων, τους παράγοντες εκείνους που συντελούν ώστε το πληθωριστικό φαινόμενο να συνιστά οξύ πρόβλημα που απασχολεί και ανησυχεί σοβαρά κάθε καταναλωτή, στην καθημερινότητα της ζωής του.

Και δεν μπορεί παρά έτσι να έχει

Η ΑΥΞΗΣΗ ΣΤΗ ΖΗΤΗΣΗ ΑΓΑΘΩΝ, Η ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΠΡΟΣΦΟΡΑΣ ΚΑΙ ΚΥΚΛΟΦΟΡΙΑΣ ΧΡΗΜΑΤΟΣ, Η ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΜΟΝΟΠΩΛΙΑΚΩΝ ΤΑΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ, Η ΑΝΟΔΟΣ ΤΟΥ ΚΟΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΑΣ ΤΩΝ ΑΓΑΘΩΝ ΚΑΙ Η ΣΧΕΣΗ ΤΙΜΩΝ ΚΑΙ ΗΜΕΡΟΜΙΣΘΙΩΝ Ή ΜΙΣΘΩΝ είναι βασικοί συντελεστές της «γέννησης» και της αναπαραγωγής του πληθωριστικού φαινομένου.

Αυτούς ακριβώς τους παράγοντες της δημιουργίας του προβλήματος του πληθωρισμού εξετάζουμε στη συνέχεια:

#### α) Αύξηση στη Ζήτηση Αγαθών

Η κλιμάκωση της ζήτησης προϊόντων και υπηρεσιών οδηγεί, όπως διαφαίνεται στο ΣΧΗΜΑ I, σε ανάπλαση της ισορροπίας που διακρίνει την αγορά. Η νέα ισορροπία προέρχεται από την αυξημένη ζήτηση προϊόντων

και υπηρεσιών και προσδιορίζεται από την προϋπόθεση της ανόδου των τιμών, εάν είναι οι επιχειρήσεις να δελεασθούν και να ικανοποιήσουν τη νεοδιαμορφωμένη ζήτηση με αντίστοιχα υψηλότερη προσφορά αγαθών.

Αυτή η εξέλιξη εκφράζεται στο σχήμα μας με την ανέλιξη των τιμών (από T1 σε T2) ως αποτέλεσμα της αύξησης της ζήτησης (από Z1 σε Z2) και της επακόλουθης αυξητικής προσαρμογής της προσφοράς (από A1 σε A2). ΚΙΝΗΤΡΟ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΓΙΑ ΑΜΕΣΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ ΕΠΙ ΠΛΕΟΝ ΠΟΣΟΤΗΤΑΣ ΑΓΑΘΩΝ ΕΙΝΑΙ ΦΥΣΙΚΑ Η ΕΠΙΚΕΙΜΕΝΗ ΑΥΞΗΣΗ ΤΗΣ ΤΙΜΗΣ ΤΩΝ. Η νέα ισορροπία της αγοράς (από E1 σε E2) επιτονίζει ακριβώς αυτό το σημείο ότι η αύξηση της ζήτησης αγαθών συνοδεύεται από παράλληλη αύξηση της τιμής των — και αυτή η αύξηση των τιμών επιφέρει, ως έχουμε ήδη διαπιστώσει, το φαινόμενο του ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ!

σημαίνει, βεβαίως, αύξηση της δύναμης των επιχειρήσεων που λειτουργούν εκεί και συμπεριφέρονται ως μονοπώλια ή ολιγοπώλια.

Τούτο σημαίνει πως οι μονοπωλιακές ή ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις έχουν την ισχύ να επιβάλουν υψηλές τιμές στα παρεχόμενα αγαθά, εφόσον είναι οι μόνες που μπορούν να εξυπηρετήσουν την ενυφιστάμενη ζήτηση από την πλευρά των καταναλωτών.

Αυτή η δυνατότητα «εκβιαστικής πίεσης» του καταναλωτή εκδηλώνεται με άνοδο των τιμών των αγαθών που προσφέρουν οι μονοπωλιακές ή ολιγοπωλιακές επιχειρήσεις — κάτι που, ως έχουμε επισημάνει, οδηγεί σε πληθωρισμό.

δ) Άνοδος του Κόστους  
Είναι λογικό να περιμένει κανείς ότι πιθανή άνοδος του κόστους παραγωγής ή/και εμπορίας των αγαθών πρόκειται να οδηγήσει τις επιχειρήσεις σε μερικό, τουλάχιστον, «πέραςμα» του κόστους στις τιμές των αγαθών.

στην άνοδο των τιμών και στην επικείμενη αύξηση του πληθωρισμού— οδηγεί στο λεγόμενο «φαύλο κύκλο» έντασης και διαιώνισης του πληθωριστικού φαινομένου.

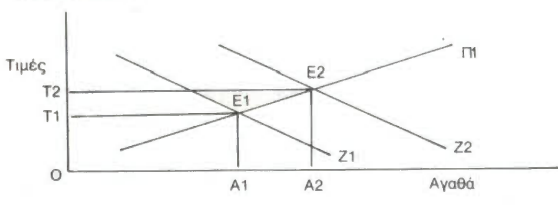
Πραγματικά, η άνοδος της τιμής των διατιθέμενων προϊόντων και υπηρεσιών είναι δυνατό να οδηγήσει σε διορθωτική αναπροσαρμογή μισθών και ημερομισθίων, έτσι ώστε αυτά να «αντέξουν» στην τιμαριθμική άνοδο. Όμως, η αύξηση μισθών και ημερομισθίων οδηγεί σε αύξηση της ζήτησης αγαθών, σε άνοδο των τιμών των και σε ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟ.

Στο σημείο αυτό, ωστόσο, οφείλουμε να επισημάνουμε ότι η αυξητική αναπροσαρμογή μισθών και ημερομισθίων μπορεί να μην επισύρει πληθωριστικές πιέσεις — αρκεί η παραγωγικότητα της εργασίας να ανέρχεται ώστε να αντισταθμίζονται αυξήσεις στην αμοιβή της.

Η Ελληνική πραγματικότητα, όμως, αφήνει να διαφανεί πως ένα τέτοιο ενδεχόμενο είναι μάλλον ανέφικτο. Και είναι ανέφικτο αυτό το ενδεχό-

ΣΧΗΜΑ I

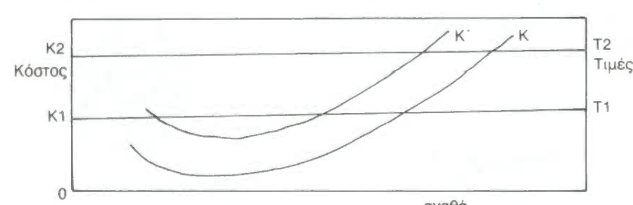
Αύξηση της Ζήτησης και Άνοδος των Τιμών.



Η αύξηση της ζήτησης αγαθών (από Z1 σε Z2 ή από A1 σε A2) συνοδεύεται από παράλληλη άνοδο των τιμών που, με τη σειρά της, οδηγεί σε ταχύτερους ρυθμούς πληθωρισμού.

ΣΧΗΜΑ II

Αύξηση του Κόστους και Άνοδος των τιμών



Στο σχήμα διαφαίνεται ότι αύξηση του κόστους των αγαθών (από K1 σε K2) συναρτάται με αύξηση της τιμής των (από T1 σε T2) που, έχουμε δει, οδηγεί σε πληθωρισμό.

β) Αύξηση Προσφοράς και Κυκλοφορίας Χρήματος

Η (υπέρ) προσφορά χρήματος στην αγορά πρωτογενώς σε αύξηση της καταναλωτικής ροπής και σε επακόλουθη άνοδο των τιμών. Έτσι, υποθάλλποντας πληθωριστικές τάσεις, ακριβώς όπως εξηγήσαμε στην προηγούμενη αναφορά μας.

γ) Μονοπωλιακές ή Ολιγοπωλιακές Τάσεις

Η διαμόρφωση μονοπωλιακών ή ολιγοπωλιακών τάσεων στην αγορά

Έτσι, η διοχέτευση της αύξησης του κόστους παραγωγής ή/και εμπορίας των αγαθών στις τιμές των οδηγεί τις τελευταίες σε ανοδική πορεία και, μαζί, οδηγεί τον πληθωρισμό σε παράλληλη ανοδική τάση.

ε) Σχέση Τιμών με Μισθούς και Ημερομισθία

Η σύνδεση ανάμεσα σε πιθανές αυξήσεις των τιμών των αγαθών και σε αυξήσεις των μισθών και των ημερομισθίων — που σημειώνονται ώστε να στηρίξουν τα εισοδήματα απέναντι

μενο στο μέτρο που η παραγωγικότητα της εργασίας στην Ελληνική οικονομία εμφανίζεται συρρικνωμένη απέναντι στην παραγωγικότητα της εργασίας στην Ευρωπαϊκή οικονομία.

ΠΙΝΑΚΑΣ III

Η παραγωγικότητα της Εργασίας στην Ελληνική Οικονομία σε Σύγκριση προς την Αντίστοιχη Ευρωπαϊκών Οικονομιών.

Ιρλανδία ..... 70%

Γερμανία .....	38%
Αγγλία .....	51%
Βέλγιο .....	58%
Ιταλία .....	58%
Γαλλία .....	54%

**Σημείωση:** Τα μεγέθη αφορούν μέσους όρους της περιόδου 1980 - 1985.

**Πηγή:** EUROSTAT Labor Costs 1971 - 1980 και 1981 - 1990

Πράγματι, όπως κανείς εκτιμά από τα δεδομένα του ΠΙΝΑΚΑ III, η παραγωγικότητα της εργασίας στην Ελληνική οικονομία, είναι αισθητά χαμηλότερη εκείνης της Ιρλανδικής οικονομίας, ακόμη χαμηλότερη εκείνης της Γαλλικής οικονομίας, της Ιταλικής οικονομίας, της Βελγικής οικονομίας και της Αγγλικής οικονομίας και, τέλος, είναι δραματικά χαμηλότερη της παραγωγικότητας της εργασίας στη Γερμανική οικονομία.

Τα προαναφερόμενα στοιχεία αποδεικνύουν, επομένως, ότι η Ελληνική οικονομία δεν ξεπερνά το «φαύλο κύκλο» των αυξήσεων σε μισθούς / ημερομισθία και σε τιμές - φαινόμενο που, συνεπώς, ενεργοποιεί σημαντικές πληθωριστικές πιέσεις.

**Το Κόστος του Πληθωρισμού και Η Ασφαλιστική Αντιμετώπισή του**

Έχοντας διαπιστώσει τις αιτίες που προκαλούν ή «τροφοδοτούν» και επιτείνουν το πρόβλημα του πληθωρισμού, μπορούμε στη συνέχεια να αναφερθούμε στις συνέπειές του — δηλ. στο κόστος που οι πληθωριστικές πιέσεις προξενούν σε μία οικονομία ή κοινωνία.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι κυρίαρχες επιπτώσεις του πληθωρισμού ευρίσκονται στη ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΠΛΟΥΤΟΥ ΚΑΙ ΤΩΝ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΩΝ, στη ΣΥΡΙΚΝΩΣΗ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΣΤΙΚΗΣ ΔΥΝΑΜΗΣ ΤΟΥ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΗ, στην ΠΑΓΙΩΣΗ ΣΤΑΣΙΜΟΤΗΤΑΣ, σε ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΑΝΑΚΑΤΑΤΑΞΗ, σε ΠΤΩΣΗ ΤΟΥ ΒΙΟΤΙΚΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΤΟΥ ΑΝΘΡΩΠΟΥ και σε ΣΥΜΠΙΕΣΗ ΤΩΝ ΚΟΙΝΩΝΙΚΩΝ ΠΑΡΟΧΩΝ.

Πως «γεννιούνται» οι προαναφερόμενες παρενέργειες;

Είναι προφανές (βλ. ΑΝΑΦΟΡΑ I) ότι ο πληθωρισμός εκφράζεται σε ά-

**Ένα 4 – λεπτο σεμινάριο για την παροχή υπηρεσιών**

- Να αντανακλάτε τη γλώσσα του σώματος του πελάτη.
- Να μιλάτε με τον ίδιο τόνο φωνής και με την ίδια ταχύτητα όπως και ο πελάτης.
- Να δείχνετε σεβασμό για τον πελάτη ανεξάρτητα από χρώμα, φύλο και κοινωνική προέλευση.
- Να προσαρμόζετε την υπηρεσία που παρέχετε σε κάθε κατάσταση και πελάτη.
- Να γνωρίζετε την εργασία σας.
- Να είστε πάντα καλοντυμένος/η
- Να συμπεριφέρεστε φυσικά και με άνεση.
- Να είστε περήφανοι γι' αυτό που κάνετε.
- Να χαμογελάτε.
- Να κοιτάζετε στα μάτια τον πελάτη.
- Να δίνετε την αμέριστη προσοχή σας.
- Να είστε αφοσιωμένος/η
- Να είστε πιστός προς τους συνεργάτες σας και την εταιρία.
- Να μην έχετε ποτέ την νοοτροπία «δεν είναι δική μου υπευθυνότητα».

νοδο της τιμής των αγαθών και, έτσι, προκαλεί διάβρωση των εισοδημάτων, της αγοραστικής αξίας του χρήματος και του βιοτικού επιπέδου του ανθρώπου — που τώρα χρειάζεται περισσότερο χρήματα απ' ό,τι στο παρελθόν για να αγοράσει το ίδιο «καλάθι» αγαθών που αγόραζε στο παρελθόν. Η διάβρωση της αξίας του χρήματος με τη σειρά της αυξάνει το κόστος του και, έτσι, καθίσταται δύσκολη η εξεύρεση πόρων για επενδύσεις σε παραγωγικούς τομείς — κάτι που επιφέρει οικονομικοκοινωνική στασιμότητα. Επιπλέον, οι προαναφερόμενες διαβρώσεις οδηγούν σε ανάγκη ανάληψης σταθεροποιητικών πολιτικών «συμπίεσης κόστους» — κίνηση η οποία, μεταξύ άλλων, επισύρει υποβάθμιση των κοινωνικών παροχών, σε ένα πρόγραμμα ευρύτερης

«κοινωνικής λιτότητας». Τέλος, τα χαμηλά εισοδήματα είναι συνήθως περισσότερο ευάλωτα στις πληθωριστικές πιέσεις απ' ό,τι εμφανίζονται να είναι τα υψηλά εισοδήματα που «αντέχουν» επί μακρόν. Αυτή η πραγματικότητα είναι εκείνη που προκαλεί κοινωνικές διαφοροποιήσεις και ανακατατάξεις.

Στο σημείο αυτό, το ερώτημα που τίθεται αναφέρεται στις λύσεις, στα «εργαλεία» και στους τρόπους που έχει στη διάθεσή του ο καταναλωτής ώστε να προστατευθεί από τις πληθωριστικές παρενέργειες τις οποίες περιγράψαμε.

ΑΝΑΦΟΡΑ I

Εκτίμηση του Ετήσιου Ρυθμού Πληθωρισμού

Ως μέτρο προσέγγισης του ρυθ-

## Οικονομία

μού μπορεί κανείς να χρησιμοποιήσει το Δείκτη Τιμών Καταναλωτή (Δ.Τ.Κ.). Ο δείκτης αυτός εκφράζει την ποσοστιαία μεταβολή των τιμών των αγαθών ανάμεσα σε συγκεκριμένες χρονικές στιγμές.

Έτσι, εάν θελήσουμε να εκτιμήσουμε το ρυθμό πληθωρισμού ανάμεσα στα έτη 1980 και 1981 χρησιμοποιούμε τον ακόλουθο «τύπο» και τα εξής υποθετικά μεγέθη:

$$\Delta.T.K. 1981 = \frac{\Delta.T.K. 1981}{\Delta.T.K. 1980} =$$

$$= \frac{\text{Κόστος Αγοράς «καλαθίου» Χ Αγαθών κατά το 1981}}{\text{Κόστος Αγοράς «καλαθίου» Χ Αγαθών κατά το 1980}} =$$

$$= \frac{125 \text{ δρχ.}}{100 \text{ δρχ.}} = 1.25 \text{ ή } 25\%$$

Τα προαναφερόμενα μεγέθη εκτιμούν την ποσοστιαία μεταβολή του κόστους αγοράς ενός επιλεγμένου «καλαθιού» μεταβολή του κόστους αγοράς ενός επιλεγμένου «καλαθιού» αγαθών (Χ) κατά το έτος 1981 σε σύγκριση με το κόστος αγοράς του ίδιου «καλαθιού» αγαθών (Χ) κατά το έτος 1980. Στο παράδειγμά μας η μεταβολή στο κόστος αγοράς (δηλ. στις τιμές) των αγαθών ηλίσσασε το 25% —μέγεθος που επίσης προσεγγίζει το ρυθμό του πληθωρισμού ανάμεσα στα έτη 1980 και 1981.

### Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ ΚΑΤΑ ΤΟΥ ΠΛΗΘΩΡΙΣΜΟΥ:

Σημαντικές λύσεις και περιθώρια προστασίας του καταναλωτή από τις συνέπειες του πληθωρισμού προτείνει η Ασφαλιστική Βιομηχανία και ο ευρύτερος τομέας των Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών.

Αυτές τις προτάσεις σκιαγραφούμε στη συνέχεια:

**Α. Τιμαριθμικά Αναπροσαρμοζόμενα Προγράμματα**

Τα συγκεκριμένα ασφαλιστικά προγράμματα έχουν τη δυνατότητα μερικής έως ολικής τιμαριθμικής αναπροσαρμογής του ασφαλιστρού στο οποίο αντιστοιχούν, σε τρόπο ώστε οι παροχές που εγγυώνται να αναπροσαρμόζονται να αναβαθμίζονται και να μην επηρεάζονται από τον τιμάρημο (ή, τουλάχιστον, φέρουν τη δυνατότητα ελαχιστοποίησης των επιπτώσεων του πληθωρισμού πάνω



των).

**Β. Συνταξιοδοτικά Προγράμματα και Εφάπαξ Βοηθήματα**

Όπως έχουμε ήδη μνημονεύσει, τα χαμηλά εισοδήματα είναι πλέον ευάλωτα στις πληθωριστικές πιέσεις και, ακόμη, είναι εκείνα που περισσότερο κατατρώνονται από αυτές. Σε αυτή την κατηγορία χαμηλών εισοδημάτων ανήκουν, φυσικά, και όσα προέρχονται από συντάξεις.

Προγράμματα τα οποία εγγυώνται στον ασφαλισμένο συνταξιοδοτικά ή εφάπαξ βοηθήματα συντείνουν εύλογα στη στήριξη και στην ενίσχυση των εισοδημάτων εκείνων που προέρχονται από «κανάλια» μισθοδοσίας ή κοινωνικών συνταξιοδοτικών παροχών.

Πραγματικά, λειτουργούν προσθετικά στα πιο πάνω εισοδήματα, τα διευρύνουν και μεγιστοποιούν την αντοχή των απέναντι στις διαβρωτικές συνέπειες του πληθωρισμού.

**Γ. Unit - Linked Contractual Agreements**

Τα ασφαλιστικά προγράμματα τα οποία εμπεριέχονται στα προαναφερόμενα συμβόλαια (Unit Links) συνδέουν την απόδοση των με την απόδοση που επιτυγχάνουν οι επενδύσεις των ασφαλιστικών εταιριών σε χρηματιστηριακές αξίες αυξημένων υποσχέσεων.

Έτσι, παρέχεται στον κάτοχο αυτών των συμβολαίων η δυνατότητα μεγιστοποιημένης απόδοσης που θα υπερβαίνει το ύψος του πληθωρισμού και, επομένως, θα δημιουργεί πραγματικά οφέλη.

**Δ. Αμοιβαία Κεφάλαια**

Η εμπειρία έχει δείξει πως οι αποδόσεις που σημειώνουν τα Αμοιβαία Κεφάλαια ξεπερνούν σημαντικά τους διαχρονικούς μέσους ρυθμούς πληθωρισμού. Αυτό σημαίνει πως οι επενδύσεις σε αγορά τίτλων Αμοι-

βαίου Κεφαλαίου αφήνουν ευρύτατα περιθώρια θετικών πραγματικών αποδόσεων για τους μεριδιούχους. Στο μέτρο, επομένως, που η απόδοση των Αμοιβαίων Κεφαλαίων ξεπερνά τον πληθωρισμό, παρόμοιες επενδυτικές πρωτοβουλίες προστατεύουν όποιον τις αναλαμβάνει από τις διαβρωτικές επιπτώσεις του πληθωρισμού στην οικονομική του θέση.

Ο πληθωρισμός αποτελεί πλέον εγγενές φαινόμενο της Ελληνικής οικονομίας με διαστάσεις και συνέπειες που γίνονται δραματικά αντιληπτές για τον κάθε καταναλωτή.

Η συνισταμένη αυτού του φαινομένου ευρίσκεται στην κατάπτωση της οικονομικής δύναμης των καταναλωτών και στην παρεπόμενη αντισταθμιστική συρρίκνωση των κάθε λογής κοινωνικών παροχών.

Η ένταση του προβλήματος μπορεί, ωστόσο, να απαλυνθεί από πρωτοβουλίες και ενέργειες που αποδίδουν αυξημένες προσόδους, σε ύψος που να ξεπερνά εκείνο του πληθωρισμού.

Λύσεις προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση παρέχουν τόσο η Ασφαλιστική Βιομηχανία όσο και κάποιοι κλάδοι του ευρύτερου τομέα των Χρηματοοικονομικών Υπηρεσιών.

Πραγματικά, υπάρχουν ασφαλιστικά προγράμματα και χρηματοοικονομικά «προϊόντα» αυξημένως αποδόσεων που ενισχύουν, τα εισοδήματα και βελτιώνουν την αντοχή των απέναντι στις πληθωριστικές πιέσεις.

Σε μια τέτοια τροχιά είναι σκόπιμο να κινείται η προσπάθεια του Ασφαλιστικού Συμβούλου ή του Οικονομικού Συμβούλου, του οποίου, τελικά, βασικό έργο και αποστολή είναι η προστασία του πελάτη (και) από (οικονομικούς) κινδύνους που τον επηρεάζουν!!!

△□

Η METROLIFE ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΕΙ ΤΗ ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΛΥΣΗ ΣΤΟ ΣΥΝΤΑΞΙΟΔΟΤΙΚΟ ΣΑΣ ΠΡΟΒΛΗΜΑ:

# ΧΡΥΣΗ ΣΥΝΤΑΞΗ<sup>®</sup> METROLIFE

ΕΝΑ ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΣΤΑ ΜΕΤΡΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ

Η Metrolife, η Ασφαλιστική Εταιρία με την ευρωπαϊκή αντίληψη, λύνει τώρα και το συνταξιοδοτικό σας πρόβλημα με τρόπο μοναδικό. Με τη Χρυσή Σύνταξη Metrolife.



### ΤΙ ΕΙΝΑΙ Η ΧΡΥΣΗ ΣΥΝΤΑΞΗ METROLIFE

Είναι η σύνταξη που εξασφαλίζει υψηλού επιπέδου εισόδημα σε σας, στη σύζυγό σας και στα παιδιά σας, με πλεονεκτήματα και παροχές που καμιά άλλη σύνταξη δεν μπορεί να σας προσφέρει.

### ΤΙ ΣΑΣ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ Η ΧΡΥΣΗ ΣΥΝΤΑΞΗ METROLIFE

- 1** Ισόβια υψηλή μηνιαία σύνταξη σε σας, στην ηλικία που εσείς θέλετε. **Επιπλέον**, τα συσσωρευμένα κέρδη από τις επενδύσεις των χρημάτων σας από τη Metrolife που αυξάνουν σημαντικά το ποσό της σύνταξής σας.
- 2** Ισόβια σύνταξη στη σύζυγό σας ή σε όποιον εσείς ορίσετε ως δικαιούχο, από την επόμενη κιόλας ημέρα της υπογραφής του συμβολαίου, σε περίπτωση θανάτου.
- 3** Πλήρη εξασφάλιση των παιδιών σας με εφάπαξ ποσό ή μηνιαία σύνταξη.
- 4** Παροχή εφάπαξ ή σύνταξης, καθώς και πλήρη καταβολή των ασφαλιστρών από τη Metrolife σε περίπτωση αναπηρίας.
- 5** Σε όλες τις περιπτώσεις αυτόματη τιμαριθμική αναπροσαρμογή που εξασφαλίζει τα χρήματά σας από τον πληθωρισμό.
- 6** Σημαντικές φορολογικές απαλλαγές.

ΑΣΦΑΛΙΣΕΙΣ ΖΩΗΣ  
**METROLIFE**

Στα μέτρα της Ευρώπης

Λεωφ. Συγγρού 236, Αθήνα 176 72, Τηλ. Κέντρο: 9589414-9, Τηλεξ: 223658 METR, GR, Fax: 9512495

# Αφοσίωση στην Ποιότητα

Ο Υπ. Εμπορίου, κ. Ξαρχάς στην βράβευση των «Πρώτων της SCOPLIFE»



Ο κ. Αθανάσιος Ξαρχάς, Υπουργός Εμπορίου στην απονομή του πρώτου βραβείου στον κ. Πάρη Χατζηπέτρο από το Υποκατάστημα Ρόδου.

Στις 26 Φεβρουαρίου πραγματοποιήθηκε η ετήσια βράβευση των Πρώτων Παραγωγών της SCOPLIFE. Την εκδήλωση, που πραγματοποιήθηκε στο ξενοδοχείο ΧΙΛΤΟΝ ΑΘΗΝΩΝ, τίμησε με την παρουσία του και την συμβολική απονομή του Πρώτου Βραβείου, ο Υπουργός Εμπορίου κ. Αθανάσιος Ξαρχάς.

Κατά τη διάρκεια της βραδιάς, μέσα σ' ένα ζεστό και φιλικό περιβάλλον, βραβεύτηκαν, χειροκροτούμενοι από όλους τους παρευρισκόμενους, τα εξής Στελέχη Πωλήσεων της SCOPLIFE: Κορυφαίος Παραγωγός 1990 σε εισπραχθέντα ασφαλίστρα ο κ. Πάρις Χατζηπέτρος, Πρώτοι Παραγωγοί 1990 σε παραδοθείσα παραγωγή οι κ.κ. Π. Χατζηπέτρος, Αμαρ. Σεργάκη και Αθαν. Κανελλόπουλος, Βοηθοί Συντονιστές 1990 σε παραδοθείσα παραγωγή ομάδας οι κ.κ. Χρ. Σαμιακός και Μ. Μονιού, Συντονιστές 1990 σε παραδοθείσα παραγωγή οι κ.κ. Δημ. Λάμπρου και Παναγ. Κουφογιάννης. Επίσης, δόθηκαν Τιμητικές Διακρίσεις Συμμετοχής στον διαγωνισμό Ιουνίου-Σεπτεμβρίου 1990 στους κ.κ. Π. Χατζηπέτρο, Αμ. Σεργάκη και Αθ. Κανελλόπουλο καθώς και βραβεία, σαν ιδρυτικά μέλη της Λέσχης Διακεκριμένων Ασφαλιστών 1991, στους κ.κ. Π. Χατζηπέτρο, Αναστ. Φραντζέσκο, Αμ. Σεργάκη, Αθ. Κανελλόπουλο και Δημ. Πάστρα.

Ο Διευθύνων Σύμβουλος και Γενικός Διευθυντής της Εταιρίας κ. Χρήστος Νικολάου, στην εναρκτήριο ομιλία του, αφού καλωσόρισε τον Υπουργό Εμπορίου κ. Αθανάσιο Ξαρχά και τους λοιπούς συμμετέχοντες στην «οικογενειακή», όπως την χαρακτήρισε, βραδιά της SCOPLIFE, μεταξύ των άλλων είπε:

«Το 1991 θα είναι η χρονιά της δυναμικής ανάπτυξης της SCOPLIFE στην Ελλάδα.

Οι προοπτικές είναι μεγαλύτερες σήμερα, λόγω των μεγάλων μεταβολών, που με γρήγορο ρυθμό συμβαίνουν καθημερινά γύρω μας.

Οι διεθνείς αγορές ανοίγουν, τα τείχη πέφτουν, η τεχνολογία συνεχώς προοδεύει, αλλά και μια ιδιαίτερη έμφαση πλέον δίνεται στο ανθρώπινο κεφάλαιο που διαθέτουν οι επιχειρήσεις και που θα επιδράσει κι αυτό καταλυτικά στην ανάπτυξη, εκπαιδευό-

μενο καταλλήλως και εξελισσόμενο.

Η προσοχή μας, λοιπόν, θα δοθεί στις καινούργιες αυτές ευκαιρίες, με έμφαση στις νέες ιδέες, χωρίς να σταματήσουμε ούτε λεπτό την προσπάθεια για περαιτέρω βελτίωση, τόσο της δουλειάς μας, όσο και ημών των ιδίων.

Μετά την πρόσφατη συμπλήρωση της διοικητικής μας οργάνωσης με την δημιουργία δύο παραλλήλων και ξεχωριστών διευθύνσεων. Μιας διεύθυνσης Marketing και μιας Πωλήσεων, των οποίων ηγούνται δύο γνωστοί στην αγορά μας και άριστοι γνώστες του αντικειμένου τους, διευθυντές, η νέα επιστημονικά τεκμηριωμένη στρατηγική της εταιρίας μας στο marketing, υλοποιούμενη από ένα ολοκληρωμένο τμήμα πωλήσεων με κεντρικούς άξονες τις ειδικές αγορές, τις νέες ιδέες, την υψηλή ποιότητα και την προηγμένη τεχνολογία, είναι σίγουρο ότι θα επιτύχει τον τελικό στόχο της και η SCOPLIFE θα ξεχωρίσει στην αγορά μας σαν μια εξειδικευμένη Ασφαλιστική Εταιρία Ζωής με αφοσίωση στην ποιότητα, όπου ο κάθε ασφαλιζόμενος θα αναζητά και θα βρίσκει το κατάλληλο πρόγραμμα για την περίπτωση του».

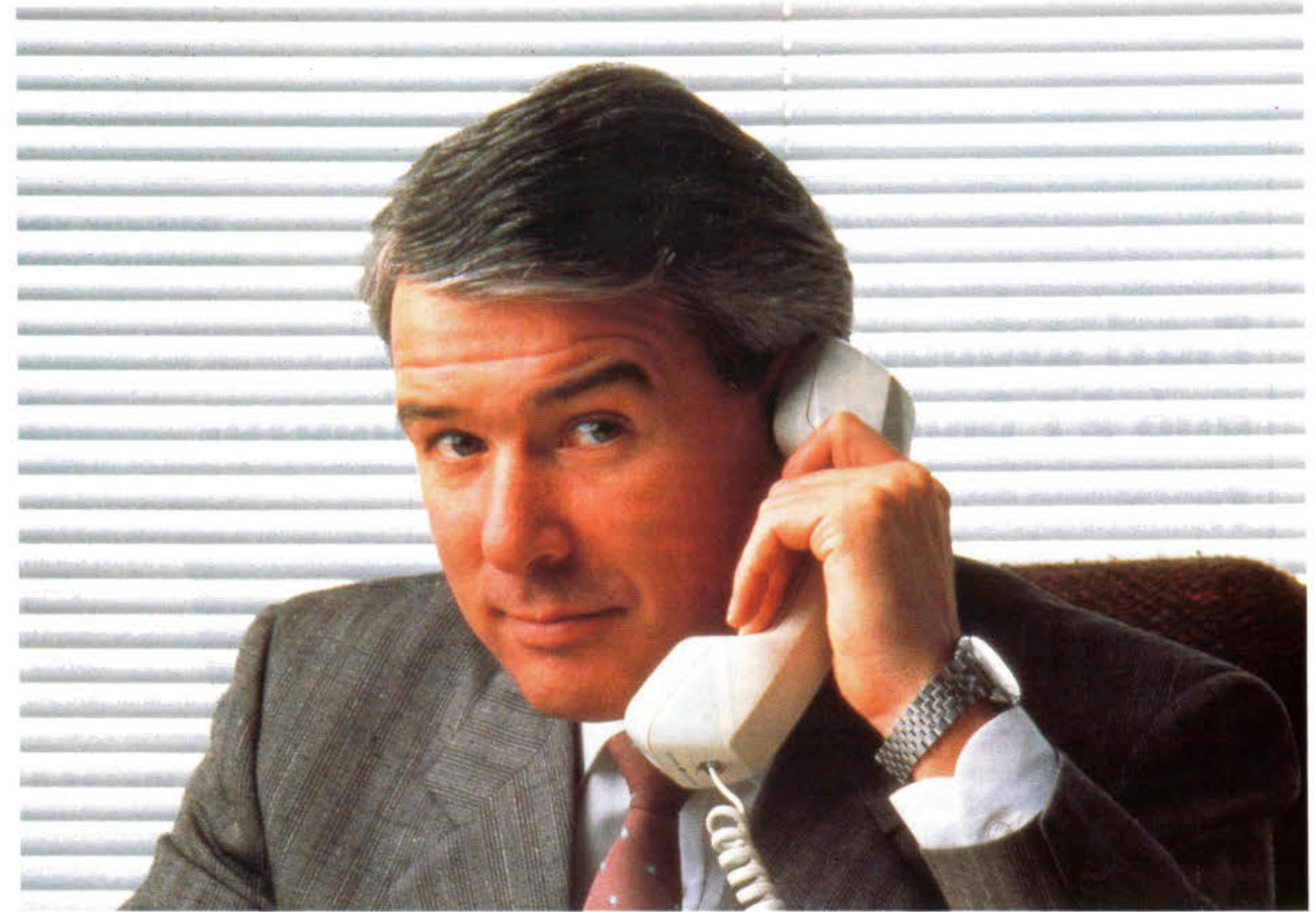
Στη συνέχεια, ανακοινώθηκε ο Διαγωνισμός Παραγωγής 1991 με έπαθλο ένα εκπαιδευτικό ταξίδι στην Ισπανία από τον Διευθυντή Πωλήσεων, κ. Γεώργιο Κλόγκα καθώς επίσης και η νέα σειρά προϊόντων της εταιρίας η EXECUTIVE LINE για Managers από τον κ. Μιχάλη Μαυροβουνιώτη, Διευθυντή Marketing.

Στην εκδήλωση, εκτός από τον Υπουργό Εμπορίου, παρευρέθηκαν, επίσης, οι κ.κ. Χρήστος Λαδιάς, Νομάρχης Φθιώτιδος, Ιωάννης Μουρμούρης, Σύμβουλος Υπουργείου Εμπορίου, εκπρόσωποι του ημερησίου και κλαδικού τύπου καθώς και τα Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου κ.κ. Dr. Norval Bryson, Peter Bullough, Alan Kennedy, τα Διευθυντικά Στελέχη της SCOPLIFE κ.κ. Ι. Τσούνης, Roger Gonzales, Γιώργος Κλόγκα και Μιχάλης Μαυροβουνιώτης και όλο το προσωπικό και το δυναμικό πωλήσεων της εταιρίας.

Η όλη εκδήλωση ήταν μια ξεχωριστή βραδιά με «Αφοσίωση στην Ποιότητα» όπως, άλλωστε, και το μήνυμά της. □



Τα Μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, τα Διευθυντικά Στελέχη και οι «Πρώτοι της SCOPLIFE».



## Τώρα Οι Managers Έχουν Τη Δική Τους Ασφάλιση

Ποιότητα EXECUTIVE LINE από την SCOPLIFE

Είστε Manager. Έχετε διαφορετικές ανάγκες, όπως και απαιτήσεις. Αυτές τις ιδιαίτερες ανάγκες και διακεκριμένες απαιτήσεις, σας καλύπτει τώρα η SCOPLIFE. Με τη σειρά Προγραμμάτων EXECUTIVE LINE, ειδικά για Managers.

Υπάρχουν 7+1 λόγοι για να τα προτιμήσετε:

1. Η Σύστασή σας μπορεί να αρχίσει στα 40 σας (!) και καθορίζεται στα επίπεδα που εσείς απαιτείτε.
2. Η Ασφάλιση του Μηνιαίου Εισοδήματός σας, φθάνει στις 420.000 δρχ.!
3. Τα Μέρισματα από την Επένδυση των μαθηματικών αποθεμάτων είναι μεγαλύτερα στη σειρά EXECUTIVE.
4. Η Απαλλαγή Πληρωμής Ασφαλίστρων ισχύει για όλες

5. Οι 5 σοβαρές παθήσεις —μάστιγα των Στελεχών— καλύπτονται με πρόσθετη αποζημίωση.
6. Η Νοσοκομειακή σας Φροντίδα, μόνο σε έξοδα, μπορεί να καλύπτει, κάθε φορά, μέχρι και 10.000.000! Είτε στην Ελλάδα, είτε σ' όλο τον κόσμο!
7. Η Ασφάλιση των Παιδιών σας εξασφαλίζει τις σπουδές τους και επεκτείνεται, απλά, για όλη τους τη ζωή.

7+1 λόγοι, γιατί η SCOPLIFE είναι εξειδικευμένη στις Ασφαλίσεις Ζωής και εσείς, σαν Manager, έχετε ανώτερες ανάγκες και απαιτήσεις.

ΘΕΛΩ ΝΑ ΕΝΗΜΕΡΩΘΩ

101

(Στείλτε το κουπόνι σήμερα, για άμεση ενημέρωση).

Όνοματεπώνυμο .....

Τηλέφωνο ..... FAX .....

Διεύθυνση .....

Καλύτερες ώρες επικοινωνίας .....

Στείλτε το στα Κεντρικά: SCOPLIFE ΑΕΑΕΖ  
Κηφισίας 64, Μαρούσι 151 25 · Διεύθυνση Marketing : τηλ. 685.1609

Executive  
Line  
QUALITY

SCOPLIFE  
ΑΣΦΑΛΕΙΕΣ ΖΩΗΣ

Θυγατρική της SCOTTISH PROVIDENT

## Γιατί αγόρασε 21 αυτοκίνητα από 21 διαφορετικά καταστήματα;

Πριν συζητήσουμε ιδέες για Σέρβις, γιατί θα πρέπει να παρέχουμε Σέρβις στους πελάτες; Εάν 50 εν ψυχρώ τηλεφωνήματα καταλήγουν σε 5 έως 10 ραντεβού και αυτά με την σειρά τους καταλήγουν σε μία πώληση, δεν είναι αυτός ο καλύτερος τρόπος να εξασφαλίσουμε εργασία;

Λοιπόν, σαφώς είναι ένας τρόπος και είναι, στην πραγματικότητα, μία μέθοδος με την οποία οι περισσότεροι από μας ξεκίνησαν, αλλά επί μιας μεσοπρόθεσμης ή μακροπρόθεσμης βάσεως δεν είναι η πιο αποτελεσματική. Είναι εάν βρισκεσθε σ' ένα φαύλο κύκλο.

Όλοι μας προχωρούμε στο επάγγελμα αυτό με στόχο να έχουμε καθαρό κέρδος σαν αποτέλεσμα των δραστηριοτήτων μας.

Υπάρχουν στην πραγματικότητα, μόνον δύο τρόποι με τους οποίους μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα καθαρό κέρδος. Ο πρώτος είναι η αύξηση του κύκλου εργασιών μας που στο επάγγελμά μας είναι η παραγωγή μας ή μειώνοντας τα εξερχόμενα — στην δουλειά μας τα κυριώτερα εξερχόμενα των οποίων έχουμε τον έλεγχο είναι ο χρόνος και το κόστος μετακινήσεων. Πολλά Υποκαταστήματα έχουν ένα χρυσορυχείο στην ήδη υπάρχουσα πελατεία τους, διότι κατά μέσο όρο 1 στους 5 πελάτες μας αγοράζει ασφάλεια Ζωής κάθε χρόνο — από κάποιον — και έτσι, αν αυτός ο κάποιος δεν είμαστε εμείς, τότε εσείς, το Υποκατάστημά σας και η Εταιρία σας χάνεται.

Που δεν πάμε καλά λοιπόν; Γνωρίζουμε ότι ο υποψήφιος πελάτης είναι



κάποιος που θα αγοράσει από σας σαν αποτέλεσμα των ενεργειών που έχετε εσείς αναλάβει. Απλώς εξετάστε τι εμπλέκεται στην φαινομενικά απλή διαδικασία της επιτυχημένης πώλησεως:

Πρώτα πρέπει να κερδίσετε το όνομα του υποψήφιου πελάτη.

Πρέπει να έλθετε σε επαφή μαζί του, που ίσως σας απαιτήσει δύο ή τρεις απόπειρες.

Τον επισκέπτεστε τουλάχιστον μια φορά και μερικές φορές δύο και τρεις φορές.

Θα πρέπει να τον πάτε για μια ιατρική εξέταση, ενώ πρέπει να διεκπεραιώσετε άλλα διοικητικά θέματα, α-κόμη και σ' αυτό το αρχικό στάδιο.

Ίσως έχετε την συνήθεια να τον επισκέπτεσθε για να εξετάσετε από κοινού τις λεπτομέρειες του προγράμματος. ΟΛΑ ΑΥΤΑ, είναι μέρος της διαδικασίας αποκτήσεως ενός νέου πελάτη - σίγουρα αξίζει να τον φροντίσουμε.

Ξέρετε, κάτι που αντιλήφθηκα πρόσφατα είναι ότι σ' όλη μου την ζωή έχω αγοράσει 21 αυτοκίνητα, και αγόρασα αυτά τα αυτοκίνητα από 21 διαφορετικά γκαράζ. Ίσως αν είχα λάβει καλό σέρβις από οποιοδήποτε απ' αυτά τα γκαράζ, τότε θα αγόραζα και πάλι από εκεί. Αλλά καθ' ένα από αυτά απέτυχαν να παράσχουν ένα ικανοποιητικό λόγο για να απευθυνθώ σ' αυτά πάλι. □

**ΟΛΕΣ ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ  
ΘΕΛΟΥΝ ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΤΟΥΣ  
ΝΑ ΔΙΑΒΑΖΟΥΝ ΤΟ «ΝΑΙ»!**

### Σαν γυναίκα προς γυναίκα...

(Συνέχεια από σελ. 33)

την αγάπη του και την πίστη του σε μένα, με βοηθάει να είμαι αυτό που θέλω και έτσι μου επιτρέπει να τον υποστηρίξω κι εγώ.

Του αφιερώνω αυτό το άρθρο και το αφιερώνω και σε όλους εσάς που έχετε κάποια ή κάποιον υποστηρίχτη για να σας θυμίζει πως η επιτυχία δεν είναι ένα μοναχικό δρομολόγιο για άντρες και πως είναι πιο γλυκιά όταν μπορείς να τη μοιραστείς.

Επιτυχία είναι να μπορείς να στέκεσαι ψηλά χωρίς να χρειάζεται να το πληρώνεις μ' ενοχές.

Επιτυχία είναι να μπορείς μέσα στο

χάος των υποχρεώσεων να ράβεις κι ένα κουμπί στο πουκάμισο του άντρα σου, κλώντας το με αγάπη.

Επιτυχία είναι να μπορείς να σιδερώνεις το φουστάνι της γυναίκας σου, να τη βλέπεις να το φοράει και να της εύχεσαι «Καλή Επιτυχία»!

Το κείμενο αυτό δεν έχει σκοπό να θίξει τους ανθρώπους που φαντάζομαι πως με τις καλύτερες των προθέσεων, επιμελήθηκαν τη μετάφραση του φυλλαδίου της LIMRA «The Feminine Touch». Αντίθετα, στοχεύει να μας ευαισθητοποιήσει όλους μας γύρω από το κοινωνικό πρόβλημα της ειρηνικής συνύπαρξης των δύο φύλων στον πλανήτη μας.

Τα συγχαρητήριά μου στην INTERAMERICAN που πρωτοπορεί και στο να φέρει στο προσκήνιο τόσο καυτά κοινωνικά θέματα. Λυπάμαι που η θέση μου σαν ψυχολόγου μου ζητάει να αδράξω την ευκαιρία και βγάζοντας μια φωνή ενοχλητική

(ίσως) να μιλήσω για λογαριασμό πολλών γυναικών, συζύγων πετυχημένων ασφαλιστών, που έφτασαν στο γραφείο μου για θεραπεία, με τη διάγνωση της κατάθλιψης.

Είναι πιστεύω καιρός ν' ασχοληθούμε και με τα κακώς κείμενα, γιατί μόνο έτσι δεν θα χτίζουμε κάστρα στην άμμο, γιατί μόνο έτσι θα διδαχθούμε και θα γίνουμε σοφότεροι, πιο ανθρωπίνιοι και επιτέλους θα πάμε μπροστά όχι πια σαν μονάδες αλλά και σαν ζευγάρια και σαν οικογένειες και σαν κοινωνίες.

Η ιστορία μας διδάξε πως η φυλή των ανθρώπων έχει πληρώσει πολύ ακριβά τη γραμμή που χωρίζει τους πετυχημένους άντρες από τις γυναίκες!

Ας σταθούμε κοντά ο ένας στον άλλο, γυναίκες και άντρες μαζί, για να πετύχουμε τον ανθρώπινο στόχο για μια ζωή με ελπίδα, χωρίς κατάθλιψη και χωρίς μοναξιά! □

### Το χρώμα του βαποριού

(Συνέχεια από σελ. 37)

τους, σαν μια μεγάλη οικογένεια. Ευλογία Θεού. Εδώ οι Δ/ντές είναι καπετάν-Χρυσανθοί και καπετάν-Γιώργηδες.

Στα προηγούμενα περιστατικά, ο Δ/ντής είναι καπετάν-Γλοιώδης, καπετάν-Μικές.

Τι μπορεί να γίνει; Τώρα ΤΙΠΟΤΕ. Στο μέλλον να κοιτάζουμε από εδώ και πέρα.

Όταν ασφαλιστές δραστηριοί και με διοικητικές ικανότητες προωθούνται για UNIT MANAGERS, και στη συνέχεια μερικοί για Δ/ντές, εκεί δεν υπάρχει πρόβλημα.

Το πρόβλημα είναι όταν μερικοί Επιθεωρητές αναγκάζονται -λόγω επέκτασης των εργασιών των εταιριών τους- να στρατολογήσουν σ' ένα χωριό ή μια μεγάλη συνοικία έναν Δ/ντή με μοναδικό κριτήριο ότι έχει βγάλει μια παραπάνω σχολή, ή να στρατολογήσουν έναν Δ/ντή που πιθανοί βοήθους σε καμιά δήλωση τον πράκτορα αυτοκινήτων μπαμπά του. Εκεί θέλει μεγάλη προσοχή. Γιατί; Αφού για στρατολόγηση ενός απλού ασφαλιστή

### Συνέντευξη από τον Μ. ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟ

(Συνέχεια από σελ. 35)

*σπουδαία και καλομελετημένα. Θα θέλαμε να εκφράσουμε την ευχή, όλος ο κλάδος να σας συμπαρασταθεί σε μια προσπάθεια που είναι μοναδική για το μέλλον της ασφάλισης στη χώρα μας.*

προσέχουμε ένα σωρό πράγματα, δεν θα πρέπει φυσιολογικά όταν πρόκειται για στρατολόγηση Δ/ντού η ΠΡΟΣΟΧΗ να είναι μεγαλύτερη; Στην ανάγκη να ρωτήσουν και 5-10 διαφορετικούς ανθρώπους για το συγκεκριμένο άτομο;

Δεν θα πρέπει να τον δουν και να του συζητήσουν και μια και δυο και πέντε φορές;

Γιατί άρα ο καπετάν-Μικές σου πάρει το βαπόρι για ταξίδι και το βάψει ΜΑΥΡΟ, άντε πιάστον μετά!

Να πω και κάτι δικό μου: Μοιάζουν ή δεν μοιάζουν οι ασφαλιστές με τα παιδιά που βλέποντας τη συμπεριφορά τους καταλαβαίνεις ποια ανατροφή έχουν πάρει από

ΝΙΚΟΛΙΝΑΚΟΣ: Σας ευχαριστώ για τα καλά σας λόγια. Μετράνε, βέβαια, οι πράξεις.

*ΝΑΙ: Από τη δική μας πλευρά έχετε την αμέριστη συμπαράστασή μας. Θα στηρίξουμε την προσπάθειά σας. Περιμένουμε μέσω του περιοδικού μας να στείλουν και οι άμεσα ενδιαφερόμενοι ασφαλιστές τις απόψεις τους που θα δημοσιευθούν στα επόμενα τεύχη...* □

τους γονείς τους; Νομίζω ΝΑΙ.

Μας ενδιαφέρει τι λένε στον κόσμο ή δεν μας ενδιαφέρει και κοιτάμε παραγωγή όπως κι όπως; Νομίζω πως πρέπει να μας ενδιαφέρει.

Είμαι απόλυτα σίγουρος πως τα λαμπέρα περιστατικά όλο και θα πληθαίνουν και σε κάποια άλλη κρουαζιέρα θα τα πούμε πιο ευχάριστα γιατί -το βλέπω- η ποιότητα προχωράει και είμαι ιδιαίτερα ευτυχής γι' αυτό.

Εύχομαι πολλές και ποιοτικές δουλειές σε όλους.

Όμως γυάλισε η κουपाστή, υγρασία έπεσε και ώρα για μέσα.

Ο φίλος από τα παλιά □

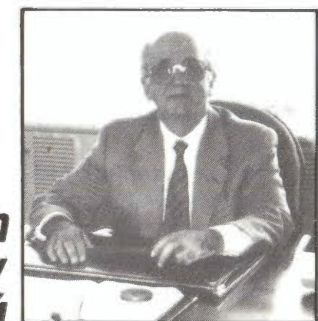
### ΔΙΑΒΑΣΤΕ ΣΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ «ΝΑΙ»

**Η Αγροτική Ασφαλιστική...**

**τι "σκαλίζει" στις αστικές περιοχές;**



**Συνέντευξη με τον Β. Καλτσά**



ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΙΣ ΧΡΗΜΑΤΑΓΟΡΕΣ ΚΑΙ ΚΕΦΑΛΑΙΑΓΟΡΕΣ  
ΓΙΑ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΠΟΥ ΠΟΥΛΟΥΝ ΑΜΟΙΒΑΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ

# Το χρηματοπιστωτικό σύστημα

Μια ενδιαφέρουσα ανάλυση για τη φύση της ροής των χρηματοπιστωτικών οργανισμών και των αγορών καθώς και τις εξελίξεις που αφορούν αυτούς τους τομείς.

**ΘΩΜΑΔΑΚΗΣ - ΞΑΝΘΑΚΗΣ**  
Καθηγητές του Οικονομικού Τμήματος  
του Πανεπιστημίου Αθηνών\*

Ο ρόλος του χρηματοπιστωτικού μηχανισμού σε μια οικονομία είναι η συγκέντρωση των αποταμιεύσεων και στη συνέχεια η αποτελεσματική κατανομή τους σε επενδυτικές ή καταναλωτικές χρήσεις. Η όλη διαδικασία εμφανίζεται πολύπλοκη, κυρίως γιατί οι αποταμιευτές δανείζουν τα χρήματά τους σε οργανισμούς που λειτουργούν σαν χρηματοπιστωτικοί μεσολαβητές (financial intermediaries) οι οποίοι με τη σειρά τους δανείζουν τις επιχειρήσεις ή τους καταναλωτές. Η απρόσκοπτη ροή και η ομαλή κατανομή αυτών των χρηματικών πόρων οδηγεί στην αποτελεσματικότερη ικανοποίηση των καταναλωτικών επιθυμιών και στην αύξηση του παραγόμενου προϊόντος της οικονομίας.

Είναι γνωστό ότι το σύνολο σχεδόν των οικονομικών μονάδων μπορεί να καταταγεί σε μια από τις ακόλουθες κατηγορίες: στα νοικοκυριά, στις επιχειρήσεις ή στο δημόσιο. Καθένας από αυτούς τους τομείς λειτουργεί στα πλαίσια ενός εισοδηματικού περιορισμού (budget constraint) που προσδιορίζεται από τις συνολικές εισπράξεις και δαπάνες του για τη συγκεκριμένη περίοδο. Ανάλογα με το καθαρό αποτέλεσμα που εμφανίζει η μονάδα στο τέλος της περιόδου, μπορεί να καταταγεί στις πλεονασματικές (πιστωτικό υπόλοιπο), ελλειμματικές (χρεωστικό υπόλοιπο) ή να έχει ισοσκελισμένη τη θέση της (μηδενικό υπόλοιπο).

Το χρηματοπιστωτικό σύστημα ασχολείται ακριβώς με τη διοχέτευση αγοραστικής δύναμης από τις μονάδες εκείνες που παρουσιάζουν πιστωτικό υπόλοιπο προς τις μονάδες που η



θέση τους είναι ελλειμματική. Η μεταφορά γίνεται συνήθως με τον δανεισμό χρημάτων από την πλεονασματική στην ελλειμματική μονάδα και την έκδοση εκ μέρους της τελευταίας μιας γραπτής υπόσχεσης για την πληρωμή σε μια μελλοντική ημερομηνία, αυτών των χρημάτων (συν τον τόκο), στον κομιστή της απαίτησης. Οι γραπτές απαιτήσεις αυτού του είδους καλούνται πιστωτικές απαιτήσεις (financial claims) και μορφές τους αποτελούν οι ομολογίες (bonds), τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου (treasury bills), τα πιστοποιητικά καταθέσεων (certificates of deposit -CD's), τα στεγαστικά δάνεια με τη μορφή υποθηκών (mor-

tgages) και τα εμπορικά ομόλογα (commercial papers). Για τη μονάδα που δανείζεται, η απαίτηση αποτελεί υποχρέωση, ενώ για τη μονάδα που δανείζει αποτελεί στοιχείο του ενεργητικού της. Σε μια κλειστή οικονομία οι συνολικές χρηματοπιστωτικές απαιτήσεις πρέπει να ισούνται με τις συνολικές τοποθετήσεις κεφαλαίων.

Στην τελευταία δεκαετία κύριος προμηθευτής κεφαλαίων στην χρηματοπιστωτική αγορά είναι τα νοικοκυριά. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί αποτελούν επίσης σημαντικούς προμηθευτές, η καθαρή τους θέση, όμως, δεν είναι μεγάλη σε σύγκριση με

αυτήν των νοικοκυριών, κυρίως λόγω του ρόλου τους ως χρηματοπιστωτικών μεσολαβητών. Αυτό σημαίνει ότι αντλούν κεφάλαια από τα νοικοκυριά ή αλλού και μετά τα τοποθετούν με τη μορφή δανείων ή επενδύσεων. Τα νοικοκυριά δηλαδή δεν επενδύουν απευθείας στην κεφαλαιαγορά, αλλά μέσω οργανισμών που αποδέχονται διάφορες μορφές καταθέσεων όπως οι Εμπορικές Τράπεζες (Commercial Banks), οι ειδικοί Οργανισμοί Αποταμιεύσεων και Δανείων (π.χ. Savings and Loan Associations SLA's στις ΗΠΑ ή στην Ελλάδα το Ταχ. Ταμιευτήριο) και οι Εταιρίες Ασφάλισης Ζωής

(Life Insurance Companies).

Η ανάλυση που ακολουθεί στηρίζεται σε μεγάλο βαθμό στην περιγραφή του χρηματοπιστωτικού συστήματος των ΗΠΑ επειδή είναι το περισσότερο ανεπτυγμένο και δίνεται, έτσι, η δυνατότητα ανάλυσης όλου του πλέγματος των χρηματοοικονομικών φορέων και προϊόντων. Οι επόμενες παράγραφοι ασχολούνται με τη φύση της ροής των χρηματικών πόρων στην οικονομία και ακολουθούν οι μορφές των χρηματοπιστωτικών οργανισμών και των αγορών, καθώς και ορισμένες από τις εξελίξεις που αφορούν αυτούς τους τομείς.

## 1.1. Η Ροή των Χρηματικών Πόρων

Τα κανάλια που χρησιμοποιεί το σύγχρονο χρηματοπιστωτικό σύστημα για τη διοχέτευση χρηματικών πόρων από τις πλεονασματικές προς τις ελλειμματικές μονάδες είναι πολλά. Είναι όμως δυνατό να υπάρξει ένας γενικός διαχωρισμός σε τρόπους άμεσης (direct) ή έμμεσης χρηματοδότησης (indirect financing).

### α. Άμεση Χρηματοδότηση (Direct financing)

Στην περίπτωση της άμεσης χρηματοδότησης, η μονάδα που έχει πλεονασματική θέση παρέχει χρήμα στη μονάδα που παρουσιάζει έλλειμμα με αντάλλαγμα πιστωτικές απαιτήσεις, οι οποίες αποφέρουν τόκους. Αν και είναι δυνατόν η συναλλαγή να διευκολυνθεί από τρίτους, οι δύο μονάδες διαπραγματεύονται απευθείας. Η πλεονασματική μονάδα δηλαδή επενδύει απ' ευθείας στις απαιτήσεις που έχει εκδόσει η ελλειμματική μονάδα.

Παρά το γεγονός ότι οι άμεσες χρηματοδοτήσεις αυξάνουν την αποτελεσματικότητα του χρηματοπιστωτικού συστήματος, το βασικό τους μειονέκτημα βρίσκεται στο ότι η απαίτηση που η ελλειμματική μονάδα θέλει να πουλήσει μπορεί να μη συμπίπτει με την απαίτηση που η πλεονασματική μονάδα είναι διατεθειμένη να αγοράσει. Για παράδειγμα το ποσό της συναλλαγής ή η διάρκεια του δανεισμού μπορεί να διαφέρουν στις προτιμήσεις του αγοραστή και του πωλητή. Γι' αυτό και οι περισσότερες συναλλαγές

είναι ανταλλαγές μεγάλων ποσών (wholesale transactions) και οι συμμετέχοντες είναι εξειδικευμένοι δανειστές ή δανειζόμενοι γνώστες των λεπτομερειών των χρηματοπιστωτικών αγορών, οι οποίοι συναλλάσσονται σε «χονδρική» κλίμακα.

Η απλούστερη μορφή άμεσης χρηματοδότησης είναι η απ' ευθείας ιδιωτική αγορά χρηματοπιστωτικών απαιτήσεων (private placement of financial claims). Είναι, π.χ. δυνατόν, μια ελλειμματική μονάδα να πουλήσει απευθείας σ' ένα ίδρυμα ή μια μικρή ομάδα επενδυτών το σύνολο των χρεογράφων που εκδίδει. Οι απ' ευθείας τοποθετήσεις γίνονται εύκολα, γρήγορα και με λίγες σχετικά νομικές διατυπώσεις σε σύγκριση με τις πωλήσεις στα χρηματιστήρια που συχνά είναι αυστηρά ελεγχόμενες και απαιτούν πολλές νομικές διατυπώσεις.

Άλλες μορφές άμεσης χρηματοδότησης είναι αυτές που απαιτούν τη μεσολάβηση εξειδικευμένων προσώπων όπως είναι οι Έμποροι Χρεογράφων (Dealers) και οι Χρηματιστές (Brokers). Οι Χρηματιστές διεκπεραιώνουν αγοραπωλησίες μετά από εντολή των πελατών τους στην καλύτερη τιμή που μπορούν να πετύχουν: δεν αγοράζουν χρεόγραφα για δικό τους λογαριασμό. Αντλούν κέρδη από τις προμήθειες που δικαιούνται επί των συναλλαγών. Οι Έμποροι Χρεογράφων απ' την άλλη πλευρά, διαθέτουν ένα απόθεμα χρεογράφων και είναι, ανά πάσα στιγμή, έτοιμοι να α-

γοράσουν ή να πουλήσουν ένα ορισμένο χρεόγραφο σε μίαν ορισμένη τιμή. Η τιμή προσφοράς (bid price) είναι η υψηλότερη τιμή στην οποία ο έμπορος προσφέρει ένα χρεόγραφο για πώληση. Η ζητούμενη τιμή (ask price) είναι η χαμηλότερη τιμή στην οποία ο έμπορος είναι διατεθειμένος να πουλήσει. Το κέρδος αντλείται από τη διαφορά ανάμεσα στην τιμή προσφοράς και στην ζητούμενη τιμή και πιθανώς από κάποια προμήθεια επί των συναλλαγών. Οι περισσότεροι έμποροι λειτουργούν και ως χρηματιστές. Επίσης, εξειδικεύονται συνήθως σε έναν ιδιαίτερο τύπο αγοράς όπως τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου (treasury bills), τα εμπορικά ομόλογα (commercial papers), τις ομολογίες (bonds) κ.λπ. Στα πλαίσια της άμεσης χρηματοδότησης λειτουργούν και οι Τράπεζες Επενδύσεων (Investment Bank) που βοηθούν τις μονάδες που εμφανίζουν έλλειμμα να τοποθετήσουν νέες χρηματοπιστωτικές απαιτήσεις στην αγορά. Η κύρια οικονομική λειτουργία μιας τράπεζας επενδύσεων είναι η μείωση του κινδύνου στον οποίο εκτίθεται μια ελλειμματική μονάδα όταν εκδίδει νέα χρεόγραφα. Αυτό σημαίνει ότι η τράπεζα επενδύσεων αντασφαλίζει (underwrites) τα νέα εκδιδόμενα χρεόγραφα, αγοράζοντας το συνολικό πακέτο πακέτο των χρεογράφων και πουλώντας το στη συνέχεια στους επενδυτές.

Στην περίπτωση αυτή, αντλεί κέρδος πουλώντας τις απαιτήσεις σε μια υψηλότερη τιμή από την τιμή αγοράς τους. Το κέρδος αυτό περιλαμβάνει την αμοιβή για τον κίνδυνο να μην πουληθούν στο σύνολό τους τα χρεόγραφα ή να υπάρξει κάποια καθυστέρηση στην ανταπόκριση του κοινού, κίνδυνο που αναλαμβάνει ο αντασφαλιστής (underwriter). Οι αντασφαλιστές προσφέρουν επίσης και άλλες υπηρεσίες, όπως συμβουλές για την προετοιμασία διαφημιστικών φυλλαδίων, την επιλογή της ημερομηνίας πώλησης και γενικές χρηματοοικονομικές συμβουλές που οι εκδότες χρεογράφων βρίσκουν πολύτιμες.

### β. Έμμεση Χρηματοδότηση (Indirect financing)

Όταν στη διαδικασία διοχέτευσης πόρων από τις πλεονασματικές προς

τις ελλειμματικές μονάδες παρεμβαίνουν χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί, τότε γίνεται λόγος για έμμεση χρηματοδότηση. Στους οργανισμούς αυτούς περιλαμβάνονται οι Εμπορικές Τράπεζες (Commercial Banks), οι Εταιρίες Ασφάλισης Ζωής (Life Insurance Companies), οι Τράπεζες Αποταμιεύσεων (Savings Banks), τα Ταμεία Συντάξεων (Pension Funds), τα Αμοβαία Κεφάλαια (Mutual Funds) και οι Πιστωτικές Ενώσεις (Credit Unions). Οι δραστηριότητες των παραπάνω οργανισμών αποσκοπούν στην επίλυση των προβλημάτων που παρουσιάζονται στην περίπτωση άμεσης χρηματοδότησης. Ειδικότερα, οι απαιτήσεις που προσφέρουν οι μονάδες που αναζητούν κεφάλαια για την κάλυψη των ελλειμμάτων τους πρέπει να έχουν την ίδια λήξη (maturity), ονομαστική αξία και μέγεθος μ' αυτές που οι πλεονασματικές μονάδες θα ήθελαν να αγοράσουν για να πραγματοποιηθεί άμεση χρηματοδότηση. Διαφορετικά, η συναλλαγή είναι απίθανο να συμβεί. Ένα νοικοκυριό, π.χ. που έχει προσωρινά ένα πλεόνασμα \$400, μάλλον δεν θα ήθελε να αγοράσει μια ομολογία που λήγει σε 20 χρόνια ονομαστικής αξίας \$5000.

Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί παρακάμπτουν αυτά τα προβλήματα πουλώντας τις δικές τους απαιτήσεις στο κοινό, συγκεντρώνοντας έτσι κεφάλαια που τα χρησιμοποιούν κατό-

πιν για την αγορά χρηματοπιστωτικών απαιτήσεων που έχουν ποικίλα χαρακτηριστικά.

Ουσιαστικά δηλαδή μετατρέπουν τις απαιτήσεις αυτές σε μια ελκυστική για τις πλεονασματικές μονάδες μορφή και αυτό είναι που κάνει τόσο σημαντικό το ρόλο τους στην οικονομία. Δύο παραδείγματα σκιαγραφούν αυτή τη διαδικασία παρέμβασης: ένα νοικοκυριό, π.χ. καταθέτει μετρητά σ' έναν Οργανισμό Αποταμιεύσεων και Δανείων που ο τελευταίος χρησιμοποιεί για την παροχή στεγαστικών δανείων προς τα άλλα (ή και στο ίδιο) νοικοκυριά. Η, ένα ίδρυμα αγορά τα εμπορικά ομόλογα (commercial ra-

### 1.2. Μορφές Χρηματοοικονομικών Οργανισμών

Σε κάθε οικονομία λειτουργεί ένας σημαντικός αριθμός χρηματοπιστωτικών οργανισμών που αν και διαφορετικοί μεταξύ τους επιτελούν μια τουλάχιστον κοινή λειτουργία: αγοράζουν απαιτήσεις με ποικίλα χαρακτηριστικά και πουλούν νέες απαιτήσεις με διαφορετικά χαρακτηριστικά. Στην ουσία πρόκειται για επιχειρήσεις που προσφέρουν υπηρεσίες και όπως όλες οι επιχειρήσεις, παράγουν τέτοιου είδους προϊόντα όταν μπορούν να τα πουλήσουν σε τιμές που καλύπτουν τουλάχιστον το κόστος τους. Κι αυτό

pers) μιας επιχείρησης χρηματοδότησης καταναλωτών, η οποία είναι σε θέση στη συνέχεια να παρέχει στους καταναλωτές δάνεια εξοφλήτεια σε δόσεις.

Πρέπει να σημειωθεί ότι πιθανόν η ελλειμματική και η πλεονασματική μονάδα να μην ήταν ποτέ σε θέση να συνάψουν μίαν ικανοποιητική και για τους δύο συμφωνία ή να την είχαν πετύχει με ένα σημαντικά υψηλότερο κόστος, αν έλειπε η παρέμβαση του χρηματοπιστωτικού οργανισμού. Βασικό λοιπόν στοιχείο της έμμεσης χρηματοδότησης είναι ότι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί πραγματοποιούν μια μετατροπή των υποχρεώσεών τους σε ποικίλες μορφές απαιτήσεων.

συμβαίνει κυρίως με την επίτευξη οικονομικών κλίμακας στη διαδικασία παραγωγής υπηρεσιών καθώς και στο κόστος συγκεντρώνσης και αξιολόγησης χρηματοοικονομικών πληροφοριών. Αξίζει να θυμηθούμε ότι όταν τα αντικείμενα συναλλαγών είναι χρηματοοικονομικοί τίτλοι, η πληροφορία περί την αξιοπιστία τους αποτελεί βασικό στοιχείο για τη τιμολόγησή τους στην αγορά. Είναι γεγονός ότι οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί υπάρχουν γιατί το κόστος παραγωγής πολλών και διαφορετικών μεταξύ τους χρηματοπιστωτικών υπηρεσιών, σε μικρές ποσότητες, είναι τόσο υψηλό που αποτρέπει την είσοδο των νοικοκυριών και των επιχειρήσεων στην άμεση αγορά.

Τέσσερις είναι οι βασικές λειτουργίες που επιτελούν οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί στην οικονομία:

Πρώτον, είναι σε θέση να παράγουν ένα ευρύ φάσμα απαιτήσεων και διάφορες κλίμακες ονομαστικών αξιών. Συγκεντρώνοντας χρηματικούς πόρους από διάφορες πηγές μπορούν και επενδύουν άμεσα σε χρεόγραφα ποικίλων αξιών. Αυτή η λειτουργία είναι ιδιαίτερα σημαντική για τους μικροαποταμιευτές οι οποίοι δεν έχουν αρκετά χρήματα για να επενδύσουν απ' ευθείας σε χρεόγραφα μεγάλων αξιών που συνήθως είναι διαπραγματεύσιμα στις άμεσες χρηματοπιστωτικές αγορές.

ΟΛΕΣ ΤΙΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΣΕΛΙΔΕΣ  
ΕΠΙΜΕΛΕΙΤΑΙ  
Ο κ. Κ. ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ

**Κ. ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ**, Pg. D. Οικονομολόγος - Σύμβουλος Επιχειρήσεων - Λέκτορας του Οικονομικού Πανεπιστημίου Αθηνών (ΑΣΟΕΕ) ασχολείται με: Χρηματοοικονομικά, Επενδύσεις, Οικονομοτεχνικές μελέτες.

#### ΣΠΟΥΔΕΣ

- \* Πτυχίο Α.Σ.Ο.Ε.Ε., Οικονομικό Τμήμα, (1970).
- \* Diploma for Advanced Studies in Economic Development, Department of Economics, University of Manchester U.K. (1971).
- \* M. Sc. Econ. University of Wales U. K. (1977).
- \* Ph. D. in Economics, University of Wales Institute of Science and Technology (UWIST),



U.K., Dept. of Applied Economics (1980).  
Συνεργάζεται με την Ασφ. εταιρία «ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ» ως μέλος Διοικ. Συμβουλίου.  
Οικία Ρούμελης 26 - Αγ. Παρασκευή  
Τηλέφ.: 6399384-5228912

Δεύτερον, η ευχέρεια που έχουν σε σχέση με τη λήξη των απαιτήσεων: Για παράδειγμα, είναι σε θέση να συλλέγουν πόρους βραχυπρόθεσμης λήξης και να τους μετατρέπουν σε μακροπρόθεσμους. Πράγματι, ένας Οργανισμός Αποταμιεύσεων και Δανείων, μπορεί να συγκεντρώνει πόρους εκδίδοντας λογαριασμούς NOW (Negotiable Order of Withdrawal), δηλαδή λογαριασμούς όψεως ή βραχυπρόθεσμα πιστοποιητικά καταθέσεων και να τους επενδύει σε μακροπρόθεσμα στεγαστικά δάνεια (mortgages).

Τρίτη υπηρεσία αποτελεί η διαφοροποίηση που προσφέρουν όσον αφορά την ανάληψη κινδύνων. Οι χρηματοπιστωτικοί οργανισμοί είναι σε θέση να αγοράζουν χρεόγραφα που παρουσιάζουν διάφορους βαθμούς κινδύνου και αποδόσεων και κατόπιν να προσφέρουν στους αποταμιευτές απαιτήσεις που βασίζονται σ' ένα δια-

φοροποιημένο χαρτοφυλάκιο. Η παροχή μιας τέτοιας υπηρεσίας είναι ιδιαίτερα σημαντική, κυρίως για τις μικρές πλεονασματικές μονάδες που θα αντιμετώπιζαν ένα υψηλό κόστος για τη συγκέντρωση ενός τέτοιου χαρτοφυλακίου.

Τέλος, προσφέρουν απαιτήσεις που μπορούν εύκολα να ρευστοποιηθούν π.χ. λογαριασμός όψεως ή ταμιευτηρίου. Πίσω από αυτή την ικανότητα βρίσκεται η δυνατότητά τους να συγκεντρώνουν χρήματα από πολλές και ανεξάρτητες μεταξύ τους μονάδες.

Ακολουθεί μια σύντομη περιγραφή των διαφόρων μορφών των χρηματοπιστωτικών οργανισμών.

#### α. Οργανισμοί που δέχονται καταθέσεις (Depository Institutions).

Τα ιδρύματα αυτού του είδους εκδίδουν ένα μεγάλο αριθμό καταθέσεων

όψεως και προθεσμίας και χρησιμοποιούν τους πόρους που συγκεντρώνουν μ' αυτόν τον τρόπο για την παροχή καταναλωτικών, επιχειρηματικών ή στεγαστικών δανείων. Συνήθως οι προθεσμιακές καταθέσεις είναι εγγυημένες από κάποιο ασφαλιστικό ίδρυμα που επιχορηγείται από το κράτος και είναι εύκολα ρευστοποιήσιμες.

**Εμπορικές Τράπεζες** (Commercial Banks): Είναι οι μεγαλύτεροι και πλέον διαφοροποιημένοι οργανισμοί όσον αφορά την ποικιλία των κεφαλαίων που διαθέτουν και των υποχρεώσεων που εκδίδουν. Οι υποχρεώσεις τους έχουν τη μορφή λογαριασμών όψεως και προθεσμίας, ενώ οι μεγάλες τράπεζες εκδίδουν υποχρεώσεις στην χρηματογορά, όπως διαπραγματεύσιμα πιστοποιητικά καταθέσεων (negotiable certificates of deposit), καταθέσεις σε ευρώδολάρια (eurodollar deposits) και εμπορικά ομό-

## Ο πληθυσμός των χωρών του ΟΟΣΑ

	1980	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1989 1984	1989 1988
	ΧΙΛΙΑΔΕΣ (ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ ΣΤΟ ΜΕΣΟ ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ)							ΕΤΗΣΙΕΣ % ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ	
ΚΑΝΑΔΑΣ	24070	24995	25181	25374	25644	25939	26248	1,0	1,2
Η.Π.Α.	22757	237011	239279	241625	243934	246329	248777	1,0	1,0
ΙΑΠΩΝΙΑ	116800	120020	120750	121490	122090	122610	123116	0,5	0,4
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	14695	15579	15788	16018	16264	16538	16807	1,5	1,6
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	3144	3258	3272	3279	3309	3326	3343	0,5	0,5
ΑΥΣΤΡΙΑ	7549	7552	7558	7565	7575	7595	7624	0,2	0,4
ΒΕΛΓΙΟ	9847	9855	9858	9862	9868	9884	9938	0,2	0,5
ΔΑΝΙΑ	5125	5112	5114	5121	5127	5130	5132	0,1	—
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	4780	4882	4902	4918	4932	4946	4964	0,3	0,4
ΓΑΛΛΙΑ	53880	54946	55170	55393	55630	55884	56160	0,4	0,5
Δ. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	61566	61175	61024	61066	61077	61451	61990	—	0,9
ΕΛΛΑΔΑ	9642	9900	9934	9966	9984	10010	10033	0,3	0,2
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	228	240	241	243	246	250	253	1,1	1,2
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	3401	3629	3540	3541	3542	3538	3515	-0,1	-0,7
ΙΤΑΛΙΑ	56416	56983	57128	57221	57331	57441	57525	0,2	0,1
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	365	366	367	370	372	375	378	0,7	0,8
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	14150	14424	14491	14572	14665	14760	14849	0,6	0,6
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	4087	4141	4153	4169	4187	4209	4227	0,4	0,4
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	9819	10129	10185	10230	10270	10305	10337	0,4	0,3
ΙΣΠΑΝΙΑ	37386	38342	38505	38668	38716	38809	38888	0,3	0,2
ΣΟΥΗΔΙΑ	8311	8337	8350	8370	8398	8436	8493	0,4	0,7
ΕΛΒΕΤΙΑ	6385	6505	6533	6573	6619	6672	6723	0,7	0,8
ΤΟΥΡΚΙΑ	44737	49420	50664	51731	52747	53969	55221	2,2	2,3
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	56314	56488	56618	56763	56930	57065	57236	0,3	0,3
ΠΟΥΓΚΟΣΛΑΒΙΑ	22300	22960	23120	23270	23410	23560	23690	0,6	0,6
ΣΥΝΟΛΟ ΟΟΣΑ	780454	803189	808604	814128	819457	825471	831777	0,7	0,8
ΟΙ 67 ΧΩΡΕΣ	596803	611618	615150	618932	622636	626719	631052	0,6	0,7
ΕΥΡ. ΧΩΡΕΣ ΟΟΣΑ	393988	402326	404335	406347	408216	410729	413486	0,6	0,7
ΧΩΡΕΣ ΕΟΚ	317911	321249	321934	322773	323512	324652	325981	0,3	0,4

Πηγή: OECD: Main Economic Indicators, January 1991.

λογα (commercial paper) μέσω εταιριών χαρτοφυλακίου (holding companies). Στα στοιχεία του ενεργητικού τους περιλαμβάνονται τα δάνεια που χορηγούν στους καταναλωτές, στις επιχειρήσεις ή στο δημόσιο. Συνήθως οι ίδιες οι τράπεζες ή οι θυγατρικές τους προσφέρουν χρηματοδοτικές υπηρεσίες, πραγματοποιούν αντασφάλιση σε ορισμένες μορφές χρεογράφων, αναλαμβάνουν ασφάλειες ζωής και λειτουργούν ακόμη ως επιχειρήσεις χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing companies). Παράλληλα οι εμπορικές τράπεζες υπόκεινται στον έλεγχο των νομισματικών αρχών λόγω της σημασίας τους στην εφαρμογή της νομισματικής πολιτικής και στη σταθερότητα του πιστωτικού συστήματος.

**Οργανισμοί Αποταμιεύσεων και Δανείων** (Savings and Loan Associations-SLA's): Είναι εξαιρετικά εξειδι-

κευμένοι οργανισμοί που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο μέρος των πόρων τους εκδίδοντας λογαριασμούς όψεως και προθεσμιακές καταθέσεις. Χορηγούν κυρίως στεγαστικά δάνεια σε καταναλωτές (consumer mortgage loans) και μικρό αριθμό καταναλωτικών δανείων εξοφλητέων σε δόσεις (consumer instalment loans) και επιχειρηματικών δανείων. Στην ουσία οι SLA's είναι οι οργανισμοί που λειτουργούν κατ' εξοχήν ως «ενδιάμεσοι» στην οικονομία, στο βαθμό που δανείζονται βραχυχρόνια, μικρά χρηματικά ποσά από τους καταναλωτές και δανείζουν σε μακροπρόθεσμη βάση.

**Τράπεζες Αμοιβαίων Αποταμιεύσεων** (Mutual Savings Banks -MSB's): Είναι οργανισμοί που για τον καταναλωτή μόνο σε ορισμένες λεπτομέρειες διαφέρουν από τους Οργανισμούς Αποταμιεύσεων και Δανείων. Συλλέ-

γουν το μεγαλύτερο τμήμα των πόρων τους μέσω λογαριασμών όψεως και προθεσμιακών καταθέσεων και επενδύουν σε στεγαστικά δάνεια. **Πιστωτικές Ενώσεις** (Credit Unions-CU's): Είναι μικροί, μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που ανήκουν ολοκληρωτικά στα μέλη τους και συνήθως οργανώνονται από καταναλωτές που έχουν έναν κοινό δεσμό —π.χ. από υπαλλήλους μιας επιχείρησης. Για να χρησιμοποιήσει κάποιος τις υπηρεσίες της ένωσης πρέπει να είναι μέλος της. Κυρίως εκδίδουν λογαριασμούς με δικαίωμα επιταγής (Checking accounts) —που καλούνται τραβηκτικές (share drafts)— και προθεσμίας (savings ή share accounts). Λόγω του συνεταιριστικού τους χαρακτήρα το εισόδημα που αποδίδουν συνήθως δεν φορολογείται.

**β. Οργανισμοί που λειτουργούν στη βάση αμοιβαίων συμφωνιών** (Contractual Savings Institutions).

Οι οργανισμοί αυτοί συγκεντρώνουν κεφάλαια μέσω συμβολαίων που συνάπτονται σε μια μακροχρόνια βάση και επενδύουν συνήθως στις κεφαλαιαγορές. Σ' αυτήν την κατηγορία ανήκουν οι Ασφαλιστικές Εταιρίες — Ζωής και Ατυχημάτων— (Life and Casualty Insurance Companies) και τα Ιδιωτικά Ταμεία Συντάξεων (Pension Funds). Χαρακτηρίζονται από μια σχετική εισροή κεφαλαίων που προκύπτει από τις συμβατικές υποχρεώσεις των ασφαλισμένων και των συμμετεχόντων στα ταμεία. Έτσι, η ρευστότητα δεν αποτελεί ιδιαίτερο πρόβλημα γι' αυτά τα ιδρύματα και τους δίνει τη δυνατότητα να επενδύουν σε μακροπρόθεσμα χρεόγραφα, όπως ομολογίες και σε μερικές περιπτώσεις σε κοινές μετοχές (common stock).

**Εταιρίες Ασφάλισης Ζωής** (Life Insurance Companies): Συγκεντρώνουν κεφάλαια προσφέροντας ασφάλιση σε περιπτώσεις απώλειας εισοδήματος λόγω πρόωρου θανάτου. Επειδή έχουν μια προβλέψιμη εισροή κεφαλαίων και σχετικά προβλέψιμες εκροές, είναι σε θέση να επενδύουν σε μακροπρόθεσμες τοποθετήσεις που είναι περισσότερο αποδοτικές. Οι κανόνες που διέπουν τη λειτουργία τους είναι λιγότερο αυστηροί από αυτούς άλλων χρηματοπιστωτικών οργανισμών, ωστόσο παρουσιάζουν τους μι-

κρότερους ρυθμούς επέκτασης τα τελευταία χρόνια.

**Εταιρίες Ασφάλισης Ατυχημάτων** (Casualty Insurance Companies): Παρέχουν προστασία σε περιπτώσεις απώλειας περιουσίας από φωτιά, κλοπή, ατυχήματα, αμέλεια κ.λπ. Κύρια πηγή κεφαλαίων γι' αυτούς τους οργανισμούς είναι τα ασφάλιστρα που εξαρτώνται από το είδος της ασφάλισης. Επειδή οι εκροές δεν είναι εύκολο να προβλεφθούν όπως στη περίπτωση των ασφαλείων ζωής, οι εταιρίες ασφάλισης ατυχημάτων επενδύουν ένα μεγάλο τμήμα των κεφαλαίων τους σε βραχυπρόθεσμα, εύκολα ρευστοποιήσιμα χρεόγραφα. Γιαν' αντισταθμίζουν τη χαμηλότερη αποδοτικότητα αυτών των τίτλων, επενδύουν επίσης σε κοινές μετοχές (equity securities).

**Ιδιωτικά Ταμεία Συντάξεων** (Pension Funds): Συγκεντρώνουν εισφο-

ρές από τους εργοδότες και τους εργαζόμενους και παρέχουν μηνιαίο εισόδημα στους τελευταίους κατά την συνταξιοδότησή τους. Επειδή και εδώ οι εισροές είναι μακροπρόθεσμες, ενώ οι εκροές, είναι εύκολα προβλέψιμες, υπάρχει η δυνατότητα επένδυσης σε μακροπρόθεσμα, πιο αποδοτικά χρεόγραφα όπως ομολογίες κ.λπ. Η ανάγκη για χρηματικούς πόρους μετά το τέλος της ενεργητικής απασχόλησης και η επιτυχία των συνδικάτων στη διαπραγμάτευση των αμοιβών, οδήγησε σε αξιοπρόσεκτη ανάπτυξη τόσο των ιδιωτικών όσο και των κρατικών συνταξιοδοτικών ταμείων στη μεταπολεμική περίοδο.

**γ. Λοιπές Μορφές Χρηματοπιστωτικών Οργανισμών**

**Χρηματοδοτικές Εταιρίες** (Finance Companies): Χαρακτηριστικό γνώρισμα αυτών των εταιριών είναι ότι δεν δέχονται καταθέσεις από κα-

ταναλωτές, αλλά συγκεντρώνουν κεφάλαια πουλώντας εμπορικά ομόλογα (commercial papers) ή παίρνοντας δάνεια από τις εμπορικές τράπεζες. Παράλληλα, δανειοδοτούν καταναλωτές ή μικρές επιχειρήσεις, αν και οι πελάτες τους είναι συνήθως μικρότερης πιστωτικής επιφάνειας από τους τυπικούς πελάτες μιας τράπεζας. Λειτουργούν τρεις βασικές μορφές χρηματοδοτικών εταιριών:

1) Εταιρίες χρηματοδότησης καταναλωτών (consumer finance companies) που ειδικεύονται στη χορήγηση καταναλωτικών δανείων εξοφλητέων σε δόσεις (instalment loans to households).

2) Εταιρίες Χρηματοδότησης Επιχειρήσεων (business finance companies) που ειδικεύονται στην παροχή δανείων και χρηματοδοτικών μισθώσεων (leases) σε επιχειρήσεις και

3) Εταιρίες Χρηματοδότησης Πωλή-



**ΝΑΙ...ΤΟ ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ**  
**ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ ΤΟΥ ΣΤΗ ΒΟΡΕΙΑ ΕΛΛΑΔΑ.** Μεγάλη επιτυχία σημείωσε το σεμινάριο/ενημέρωση των πελατών/επενδυτών του Αμοιβαίου Κεφαλαίου «ΠΙΣΤΗ» του ομίλου εταιριών ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ, που οργανώθηκε σε γνωστό ξενοδοχείο της Θεσ/νίκης την περασμένη εβδομάδα. Σε μια πολύ φιλική ατμόσφαιρα, στελέχη του Αμοιβαίου Κεφαλαίου «ΠΙΣΤΗ» έκαναν μια εμπεριστατωμένη παρουσίαση από πλευράς επενδυτικής και αποδόσεως ως και της προοπτικής του Αμοιβαίου Κεφαλαίου.

Ακολούθησε μια ενδιαφέρουσα συζήτηση και απαντήθηκαν ερωτήσεις που υπέβαλαν οι πελάτες/επενδυτές.

Το συντονισμό της παρουσίασης είχε ο Πρόεδρος του ομίλου εταιριών ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ κ. Δημ. Κοντογούλας.

Τους προσκεκλημένους υποδέχθηκαν ο κ. Δ. Σπαρτιάτης Δ/ντής Αναπτύξεως Β. Ελλάδος, ο κ. Δ. Μπαλάσκας Δ/ντής Αναπτύξεως, η κα. Κ. Χατζηγεωργίου Επιθεωρητής Αναπτύξεως, ο κ. Χ. Ανδρέου Επιθεωρητής Αναπτύξεως και πολλοί συνεργάτες της εταιρίας στη Θεσ/νίκη.

Στη φωτογραφία, στιγμιότυπο από την παρουσίαση/δεξίωση.

## Το ακαθάριστο εγχώριο προϊόν των χωρών του ΟΟΣΑ

ΤΙΜΕΣ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ 1985

ΤΡΕΧΟΥΣΕΣ ΤΙΜΕΣ & ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΙΣΟΤΙΜΙΕΣ

	1980	1984	1985	1986	1987	1988	1989	1980	1987	1988	1989
ΔΙΣ. ΔΟΛΛΑΡΙΑ											
ΚΑΝΑΔΑΣ	301.27	331.58	347.38	358.87	373.38	389.78	401.42	263.10	412.16	486.04	545.52
Η.Π.Α.	3442.08	3838.10	3862.22	4088.46	4232.49	4424.53	4547.73	2686.15	4452.88	4809.08	5132.00
ΙΑΠΩΝΙΑ	1094.47	1266.30	1326.00	1358.02	1418.49	1499.51	1573.22	1059.26	2374.32	2848.90	2818.85
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	136.72	151.86	158.99	161.99	169.00	175.64	183.89	150.03	195.51	247.03	282.35
ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ	19.46	21.84	22.10	22.65	22.77	22.49	22.78	22.35	34.92	41.80	41.62
ΑΥΣΤΡΙΑ	61.05	63.61	65.17	65.94	67.24	69.84	72.62	76.88	116.58	126.72	126.48
ΒΕΛΓΙΟ	76.81	79.14	79.80	80.96	82.78	86.58	89.94	118.02	139.66	150.90	152.98
ΔΑΝΙΑ	50.94	55.66	58.05	60.16	59.81	59.71	60.50	66.32	101.73	107.56	104.70
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	46.84	52.31	54.05	55.18	57.38	60.50	63.63	51.64	89.09	105.56	115.45
ΓΑΛΛΙΑ	485.21	513.78	523.10	535.70	546.21	505.82	586.41	664.59	885.23	955.65	958.15
Δ. ΓΕΡΜΑΝΙΑ	587.03	609.06	621.78	636.36	647.06	671.00	692.90	813.65	1114.81	1201.82	1189.11
ΕΛΛΑΔΑ	31.29	32.42	33.43	33.90	33.74	35.11	36.11	40.15	45.99	52.88	54.17
ΙΣΛΑΝΔΙΑ	2.62	2.78	2.87	3.08	3.35	3.32	3.21	3.23	5.38	5.92	5.15
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	16.59	18.25	18.71	18.64	19.45	20.21	21.40	19.23	29.78	32.73	33.90
ΙΤΑΛΙΑ	393.08	414.75	425.65	436.47	449.73	468.42	483.23	452.65	755.25	831.98	865.82
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	3.05	3.36	3.46	3.60	3.73	3.93	4.17	4.55	6.17	6.75	7.02
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	119.85	122.72	125.90	128.43	129.43	132.90	138.23	169.38	212.36	227.37	223.89
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	49.35	55.27	58.18	60.61	61.82	61.89	62.64	57.71	83.34	89.45	90.89
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	19.79	20.12	20.68	21.54	22.67	23.56	24.83	25.09	36.73	41.70	45.34
ΙΣΠΑΝΙΑ	154.91	162.09	165.84	171.28	180.95	190.43	199.70	214.49	292.84	344.49	380.01
ΣΟΥΗΔΙΑ	91.93	98.44	100.63	102.91	105.93	108.41	110.69	124.90	161.01	181.81	189.42
ΕΛΒΕΤΙΑ	86.59	89.45	92.77	95.43	97.37	100.19	103.70	101.65	170.79	183.43	177.15
ΤΟΥΡΚΙΑ	41.80	50.22	52.78	57.17	61.40	63.79	64.45	56.92	68.01	70.89	79.10
ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ	413.80	439.94	455.63	473.33	495.49	518.37	529.64	537.57	686.26	833.83	837.53
ΣΥΝΟΛΟ ΟΟΣΑ	7726.53	8473.66	8775.16	9031.29	9341.66	9755.92	10077.03	7779.58	12470.80	13984.29	14456.42
ΟΙ 67 ΧΩΡΕΣ	6716.94	7394.12	7601.74	7887.81	8162.84	8537.43	8814.56	6477.06	10680.91	11967.31	12347.00
ΕΥΡ. ΧΩΡΕΣ ΟΟΣΑ	2732.53	2883.98	2958.48	3040.69	3125.53	3243.97	3347.98	3598.60	5001.02	5551.44	5836.08
ΧΩΡΕΣ ΕΟΚ	2352.34	2471.91	2532.02	2600.36	2671.03	2776.03	2867.05	3125.68	4306.81	4787.67	4852.43

Πηγή: OECD: Main Economic Indicators, January 1991

σεων (Sale finance companies) που χρηματοδοτούν τη λιανική πώληση προϊόντων.

Η λειτουργία αυτών των εταιριών διέπεται από αυστηρούς κανονισμούς που ρυθμίζουν τους όρους των συναλλαγών (τρόποι αποπληρωμής του δανείου, λήξη, τόκοι κ.λπ.), με αποτέλεσμα να εμφανίζουν χαμηλού ρυθμού επέκτασης τα τελευταία χρόνια.

**Αμοιβαία Κεφάλαια (Mutual Funds):** Η ανάπτυξη τους ακολούθησε την ανάπτυξη της αγοράς αξιών, αφού πουλούν κοινές μετοχές (equity shares) στους επενδυτές και χρησιμοποιούν αυτά τα κεφάλαια για την αγορά common stock, ομολογιών και χρεογράφων της χρηματαγοράς (money market securities). Πλεονεκτούν σε σχέση με τις άμεσες επενδύσεις γιατί προσφέρουν στους μικροεπενδυτές μείωση του επενδυτικού κινδύνου μέσω της διαφοροποίησης του χαρτοφυλακίου, εκμετάλλευση των οικονομικών κλίμακας και εξειδικευμένη διαχείριση. Συνήθως ειδικεύονται σε ιδιαίτερους τομείς της αγοράς.

**Αμοιβαία Κεφάλαια Χρηματαγοράς (Money Market Mutual Funds):**

### 1.3 Χρηματοπιστωτικές Αγορές (Financial Markets)

Ο όρος αναφέρεται στις αγορές όπου οι συμμετέχοντες πουλούν και αγοράζουν χρηματοπιστωτικές απαιτήσεις (financial claims) οικονομικών οργανισμών. Αυτές οι απαιτήσεις διαφέρουν όχι μόνο ως προς τους εκδότες τους, αλλά και ως προς τη λήξη τους, τον κίνδυνο αθέτησής τους, τη φορολογική τους μεταχείριση και την διαπραγματευσιμότητά τους.

#### α. Χρηματαγορά (Money Market)

Είναι η αγορά στην οποία διαπραγματεύονται απαιτήσεις που είναι στενά υποκατάστατα του χρήματος. Οι τίτλοι που διαπραγματεύονται έχουν μεγάλες ονομαστικές αξίες, χαμηλό κίνδυνο αθέτησης και είναι πολύ εύκολα ρευστοποιήσιμοι. Οι κύριοι εκδότες τέτοιων «εργαλείων» της χρηματαγοράς (money market instruments) είναι το θησαυροφυλάκιο των ΗΠΑ, οργανισμοί που χρηματοδοτούνται από το κράτος, μεγάλες εγχώριες και ξένες τράπεζες, μεγάλες βιομηχανι-

Εμφανίστηκαν στην χρηματοπιστωτική σκηνή στις αρχές της δεκαετίας του 1970. Στην ουσία αποτελούν Αμοιβαία Κεφάλαια που ειδικεύονται σε βραχυπρόθεσμα χρεόγραφα τα οποία παρουσιάζουν χαμηλό κίνδυνο αθέτησης, όπως τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου, τα διαπραγματεύσιμα πιστοποιητικά καταθέσεων που εκδίδονται από τις μεγαλύτερες τράπεζες και τα υψηλόβαθμα (high-grades) commercial papers. Αυτά τα χρεόγραφα προσφέρονται συνήθως στην άμεση αγορά και σε ονομαστικές αξίες πάνω από 100.000 δολ. Μέσω των MMMF's παρέχεται η δυνατότητα σε μικροεπενδυτές να κερδίσουν το επιτόκιο της αγοράς δίχως να αναλαμβάνουν μεγάλο κίνδυνο. Επίσης προσφέρουν προνομιούχους λογαριασμούς όψης (check-writing privileges) που τους κάνουν στενά υποκατάστατα των λογαριασμών NOW και super NOW που προσφέρονται από τις εμπορικές τράπεζες και τους αποταμιευτικούς οργανισμούς. Περιορίζουν, ωστόσο, τις ελάχιστες αναλήψεις σε 500\$ και τα κεφάλαια δεν είναι εγγυημένα από κάποιον κρατικό οργανισμό.

κές επιχειρήσεις και πολιτειακές ή τοπικές κυβερνήσεις.

Οι ίδιοι αυτοί οργανισμοί αποτελούν και τους κύριους επενδυτές στους οποίους πρέπει να προστεθούν και οι διάφοροι αποταμιευτικοί οργανισμοί (thrift institutions), τα Ταμεία Συντάξεων, οι Ασφαλιστικές Εταιρίες, τα Αμοιβαία Κεφάλαια καθώς και πλούσιοι επενδυτές.

Η χρηματαγορά δεν είναι γεωγραφικά προσδιορισμένη, π.χ. στο χρηματιστήριο αξιών της Νέας Υόρκης (NYSE), αλλά αποτελείται από το σύνολο των αγορών όπου διαπραγματεύονται διαφορετικά χρηματοπιστωτικά εργαλεία. Η οικονομική λειτουργία της χρηματαγοράς είναι η παροχή στις οικονομικές μονάδες αποτελεσματικών μέσων ώστε να ρυθμίζουν τη ρευστότητά τους.

Σημαντικό ρόλο στη λειτουργία της χρηματαγοράς κρατούν οι έμποροι χρεογράφων και οι χρηματιστές που

εξειδικεύονται σε ιδιαίτερους τίτλους. Ιδιαίτερα σημαντικοί είναι οι έμποροι που αγοράζουν και πουλούν από τα αποθέματα των χρεογράφων τους και έτσι στην ουσία «δημιουργούν» την αγορά. Κι αυτό το πετυχαίνουν με το να είναι έτοιμοι σε κάθε στιγμή να πουλήσουν ή να αγοράσουν θεωρητικά οποιαδήποτε ποσότητα του χρεογράφου σε μια δοσμένη τιμή προσφοράς.

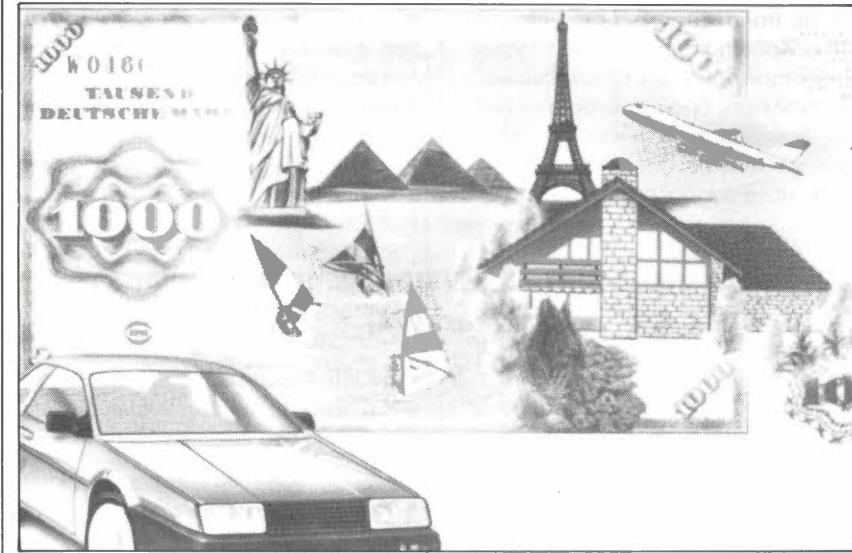
Αυτή η πράξη αυξάνει τη ρευστότητα των τίτλων της χρηματαγοράς, ενώ οι μεγάλοι έμποροι, που συνήθως εμπορεύονται έναν μεγάλο αριθμό τίτλων όχι μόνο στις χρηματαγορές αλλά και στις κεφαλαιαγορές, αποτελούν στην ουσία τον συνδετικό κρίκο των δύο αυτών αγορών.

#### β. Εργαλεία της Χρηματαγοράς (Money Market Instruments).

**Τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου (treasury bills)** αποτελούν το βασικό εργαλείο της χρηματαγοράς. Αποτελούν άμεση κρατική υποχρέωση και γι' αυτό θεωρείται ότι δεν ενσωματώνουν κίνδυνο αθέτησης, έχουν μια μεγάλη και ενεργό δευτερογενή αγορά και λήξεις που κυμαίνονται από 3 μήνες έως 1 χρόνο. Οι τίτλοι αυτοί αγοράζονται κυρίως για λόγους ρευστότητας και σιγουριάς. Στενά συνδεδεμένα με τα έντοκα γραμμάτια του δημοσίου είναι και τα χρεόγραφα των δημόσιων οργανισμών (federal agency securities) που όμως δεν αποτελούν άμεσες υποχρεώσεις της κυβέρνησης και ως εκ τούτου φέρουν έναν ελάχιστο υψηλότερο κίνδυνο αθέτησης από αυτόν των εντόκων γραμματίων.

Επίσης τα περισσότερα από αυτά δεν είναι διαπραγματεύσιμα όσο τα κρατικά χρεόγραφα (treasury securities). Πολλοί από αυτούς τους οργανισμούς εκδίδουν βραχυπρόθεσμα ομόλογα (short term debt) που είναι στενά υποκατάστατα των κρατικών χρεογράφων γιατί ενσωματώνουν χαμηλό κίνδυνο αθέτησης και μερικά από αυτά διαθέτουν μια καλά οργανωμένη δευτερογενή αγορά.

**Τα διαπραγματεύσιμα πιστοποιητικά καταθέσεων (negotiable certificates of deposit)** στηρίζονται στις καταθέσεις προθεσμίας μεγάλων εμπορικών τραπεζών. Εκδίδονται για μεγάλα ποσά και έχουν περίοδο λήξης που



κυμαίνεται από ένα έως έξι μήνες. Μπορούν να εξαργυρωθούν σχετικά εύκολα πριν από τη λήξη τους στη δευτερογενή αγορά. Όταν είναι σε δολάρια, αλλά εκδίδονται από ξένες τράπεζες ή στο εξωτερικό από αμερικανικές τράπεζες καλούνται πιστοποιητικά καταθέσεων σε Ευρωδολάρια (Eurodollar CD's).

**Τα commercial papers** είναι μη εγγυημένες υποσχετικές (unsecured promissory notes) που εκδίδονται από μεγάλες επιχειρήσεις. Η λήξη τους κυμαίνεται από μερικές μέρες έως 9 μήνες. Εκδίδονται κυρίως από νομικά πρόσωπα, χρηματοδοτικές εταιρίες και κατά περίπτωση, από εταιρίες χαρτοφυλακίου μεγάλων εμπορικών τραπεζών. Αντίθετα από τα CD's τα commercial papers έχουν μια περιορισμένη δευτερογενή αγορά.

Στα βραχυπρόθεσμα εργαλεία εντάσσονται και τα διατραπεζικά κεφάλαια και οι συμφωνίες επαναγοράς. **Τα διατραπεζικά κεφάλαια (Federal ή Fed Funds)** είναι δάνεια μιας νύχτας ανάμεσα σε εμπορικές τράπεζες. Οι τράπεζες με αποθεματικά που ξεπερνούν τα απαιτούμενα από το νόμο μπορούν να δανείσουν το πλεόνασμά τους σε άλλες τράπεζες. Η συναλλαγή γίνεται συνήθως με τηλεφωνική εντολή προς την Κεντρική Τράπεζα να μεταφέρει ποσά από τον λογαριασμό της δανειστριάς στον λογαριασμό της δανειζόμενης τράπεζας. Μια συμφωνία επαναγοράς (repurchase agreement) είναι η πώληση ενός βραχυπρόθεσμου χρεογράφου (collateral) με τον

όρο ότι μετά από μια συγκεκριμένη περίοδο ο αρχικός πωλητής θα το ξαναγοράσει σε μια προσυμφωνημένη τιμή. Οι πλέον χρησιμοποιούμενοι τίτλοι σε τέτοιες συναλλαγές είναι κρατικά χρεόγραφα ή χρεόγραφα δημοσίων οργανισμών. Αυτή η διπλή συναλλαγή είναι γνωστή σαν «τερο» και στις περισσότερες περιπτώσεις είναι για μια ημέρα ή για πολύ μικρές χρονικές περιόδους, αν και τα τελευταία χρόνια έχουν αυξηθεί σημαντικά οι συναλλαγές με λήξη από ένα έως τρεις μήνες.

**Οι εγγυητικές επιστολές των τραπεζών (banker's acceptances)** χρησιμοποιούνται κυρίως για τη χρηματοδότηση του διεθνούς εμπορίου. Στην ουσία είναι συναλλαγματικές (drafts) εκδιδόμενες από την τράπεζα και πληρωτέες στον εξαγωγέα, βασισμένες σε καταθέσεις που ο εισαγωγέας είναι υποχρεωμένος να έχει στην εν λόγω τράπεζα έως την ημερομηνία λήξης. Η τράπεζα που εκδίδει τη συναλλαγματική εγγυάται τα κεφάλαια στη λήξη τους, προσθέτοντας ως εκ τούτου το όνομά της στους αρχικούς δανειζόμενους. Εκδίδονται με ποικίλες λέξεις και έχουν μια πολύ καλή δευτερογενή αγορά.

#### γ. Κεφαλαιαγορά (Capital Market)

Όπως αναφέραμε παραπάνω οι τίτλοι των χρηματαγορών είναι εύκολα ρευστοποιήσιμες επενδύσεις που ενσωματώνουν έναν ελάχιστο χρηματοοικονομικό κίνδυνο και στην ουσία βοηθούν τις οικονομικές μονάδες να ρυθμίζουν τη ρευστότητά τους. Αντί-

θετα, οι τίτλοι στις κεφαλαιαγορές ποικίλουν όσον αφορά τον κίνδυνο αθέτησης που ενσωματώνουν, τη λήξη τους και τη διαπραγματευσιμότητά τους.

Επίσης, οι χρηματικοί πόροι που συγκεντρώνονται επενδύονται σε παραγωγικά κεφάλαια —εξ ου και το όνομα κεφαλαιαγορές.

Οι πιο συχνά αναφερόμενοι τίτλοι στις κεφαλαιαγορές είναι οι απλές μετοχές (common stock ή equity), οι ομολογίες επιχειρήσεων (corporate bonds), τα στεγαστικά δάνεια (mortgages) και οι δημοτικές ομολογίες (municipal bonds).

Οι απλές μετοχές αντιπροσωπεύουν ιδιοκτησιακή απαίτηση στα κεφάλαια της επιχείρησης. Διαφέρουν από τα χρέη (debt obligations) στο ότι οι κάτοχοι τους έχουν το δικαίωμα να μοιράζονται τα κέρδη της επιχείρησης, ενώ η απόδοση στο κάθε είδους χρέη είναι σταθερή. Όσο υψηλότερο είναι το καθαρό εισόδημα της επιχείρησης τόσο μεγαλύτερη είναι η απόδοση για τους μετόχους. Από την άλλη πλευρά, όμως, οι κάτοχοι κοινών μετοχών συμμετέχουν και στις ζημιές. Ειδική μορφή μετοχών αποτελούν οι προνομιούχες. Οι μέτοχοι που κατέχουν τέτοιου είδους μετοχές, αν και νομικά θεωρούνται ιδιοκτήτες της επιχείρησης δεν έχουν δικαίωμα ψήφου στη διαχείριση της και απολαμβάνουν μια σταθερή απόδοση, όσο υπάρχουν κέρδη. Η τιμή των προνομιούχων μετοχών συνδέεται με τις μεταβολές των επιτοκίων, ενώ η τιμή των απλών εξαρτάται από τα προσδοκώμενα κέρδη της επιχείρησης και μεταβάλλεται όταν οι προοπτικές της επιχείρησης αλλάζουν. Οι περισσότερες συναλλαγές μετοχών γίνονται σε δευτερογενείς αγορές, όπως το χρηματιστήριο της Νέας Υόρκης.

Οι ομολογίες είναι μακροπρόθεσμες μη εγγυημένες υποσχετικές πληρωμής μεγάλων επιχειρήσεων και αντιπροσωπεύουν απαιτήσεις στα στοιχεία του ενεργητικού της επιχείρησης. Σε αντίθεση με τις μετοχές, οι αποδόσεις των ομολογιών είναι σταθερές και εάν η επιχείρηση δεν είναι σε θέση να πληρώσει κηρύσσεται σε πτώχευση (defaults on its debt). Η λήξη τους κυμαίνεται από 5 έως 30 χρόνια, η δευτερογενής αγορά τους δεν

είναι τόσο ενεργός όσο αυτή των μετοχών και οι όροι έκδοσής τους διαφέρουν κατά πολύ. Ειδικότερα, μερικές ομολογίες μπορούν να αποσυρθούν από τον εκδότη τους πριν την λήξη τους (callable bonds), ενώ για άλλες οι όροι αναφέρουν ότι τμήμα τους θα αποσύρεται συστηματικά κατά τη διάρκεια ζωής της έκδοσης (sinking fund provision): μερικές εκδόσεις αποσύρονται συνολικά κατά τη λήξη τους (term bond), ενώ άλλες αναγράφουν ημερομηνίες στις οποίες αποσύρονται με τη σειρά. Τέλος, για μερικές υπάρχει δικαίωμα μετατροπής τους σε κοινές ή προνομιούχες μετοχές σε μια προκαθορισμένη τιμή (convertible bonds).

Το μεγαλύτερο τμήμα των κεφαιλαγορών σε όρους διατιθέμενων ποσών, καταλαμβάνουν τα **στεγαστικά δάνεια** (mortgages) που αποτελούν μορφή χρηματοδότησης με εμπράγματο υποθήκη. Πάνω από το μισό αυτών των κεφαλαίων διατίθεται στη χρηματοδότηση κατοικιών, ενώ το υπόλοιπο χρηματοδοτεί κτίρια επιχειρήσεων, κατασκευές διαμερισμάτων και αγροτικές κατασκευές. Επειδή τα περισσότερα στεγαστικά δάνεια είναι μικρά και για διάφορα ποσά αποτελούν εξαιρετικά πολύπλοκα προσωπικά συμβόλαια, τα οποία δεν είναι εύκολα διαπραγματεύσιμα σε δευτερογενείς αγορές. Τα τελευταία όμως χρόνια επιχειρείται η τυποποίηση και η συγκέντρωση ανεξαρτήτων συμβολαίων ώστε να σχηματιστεί ένα ενοποιημένο χρεόγραφο που έχει την υποστήριξη του εκδότη, με στόχο την διαπραγματεύσή τους σε δευτερογενή αγορά. Τέλος, τα περισσότερα δάνεια πληρώνονται με σταθερές μηνιαίες δόσεις, τα τελευταία όμως χρόνια, λόγω των διακυμάνσεων των επιτοκίων, παρατηρείται μια στροφή σε μηνιαίες πληρωμές που κυμαίνονται ανάλογα με το επίπεδο του επιτοκίου. Τα περισσότερα στεγαστικά δάνεια δίδονται από τους Οργανισμούς Αποταμιεύσεων και Δανείων, από τις τράπεζες Αμοιβαίων Αποταμιεύσεων (Mutual Savings Banks) και από τις τράπεζες στεγαστικών δανείων (Mortgage Banks).

Οι **δημοτικές ομολογίες** είναι μακροπρόθεσμοι τίτλοι που εκδίδονται

από τις πολιτειακές ή τις δημοτικές αρχές. Χρησιμοποιούνται για τη χρηματοδότηση δημοσίων επενδύσεων όπως σχολείων, δρόμων αεροδρομίων κ.λπ. Συνήθως το εισόδημα που αποφέρουν εξαιρείται από τη φορολογία και γι' αυτό αγοράζονται από επιχει-

### 1.4 Αγορές δικαιωμάτων και προθεσμιακές αγορές (Options and Future Markets)

Στον τομέα αυτόν του χρηματοπιστωτικού συστήματος έχουν εμφανιστεί οι περισσότερες καινοτομίες τα τελευταία χρόνια. Αυτές οι αγορές έχουν δημιουργήσει μια νέα τάξη πραγμάτων στις επενδύσεις, στην εξασφάλιση από τον κίνδυνο (hedging) και στις κερδοσκοπικές ευκαιρίες, έχοντας οριστικά μεταβάλλει τη μορφή της διαχείρισης χαρτοφυλακίου και την επενδυτική πρακτική.

**Προθεσμιακές αγορές χρηματοπιστωτικών τίτλων** (Financial Futures): Αποτελούν συμβόλαια για αγορά ή πώληση ενός συγκεκριμένου χρηματοπιστωτικού τίτλου, σε μια συγκεκριμένη μελλοντική ημερομηνία και σε προκαθορισμένη τιμή. Τα προθεσμιακά συμβόλαια στην αγορά εμπορευμάτων ήταν γνωστά για πολλά χρόνια, έκαναν όμως την εμφάνισή τους στην χρηματοπιστωτική αγορά κατά τη δεκαετία του 1970, όταν η αστάθεια των επιτοκίων αύξησε σημαντικά τον κίνδυνο που ενσωμάτωναν οι συναλλαγές χρεογράφων σταθερού εισοδήματος.

Αρχικά διατέθηκαν στο κοινό, μέσω του Chicago Board of Trade και της International Monetary Market, προθεσμιακά συμβόλαια βασισμένα σε μεταβιβάσεις (pass-throughs) πιστοποιητικών του Κρατικού Οργανισμού Εθνικών Στεγαστικών Δανείων (GNMA), σε κρατικά ομόλογα και σε έντοκα γραμμάτια του δημοσίου γνωστά ως προθεσμιακά συμβόλαια επιτοκίων (interest-rate futures).

Ένα προθεσμιακό συμβόλαιο επιτοκίων θέτει το επιτόκιο του χρεογράφου που πρέπει να παραδοθεί ή να παραληφθεί στο μέλλον, ανάλογα με το αν ο επενδυτής βρίσκεται στη θέση αγοράς (long position) ή πώλησης (short position). Τα συμβόλαια δηλαδή παρέχουν μια αξιολογία υπηρεσία

ρήσεις ή άτομα που αντιμετωπίζουν υψηλότερους φορολογικούς συντελεστές. Καλύπτονται είτε από τα συνολικά έσοδα της αρχής που τα εκδίδει (general obligation bonds) είτε από τα έσοδα από το συγκεκριμένο έργο (revenue bonds).

στον επενδυτή, εφόσον μειώνουν τα αποτελέσματα κάθε μη αναμενόμενης μεταβολής στα επιτόκια.

Μπορούν, π.χ. να χρησιμοποιηθούν σε ένα χαρτοφυλάκιο ομολογιών για να προστατεύσουν την αξία του έναντι ξαφνικών αυξήσεων των επιτοκίων της αγοράς, που μειώνουν την ονομαστική αξία των ομολογιών αλλά αυξάνουν την αξία μιας θέσης πώλησης στα προθεσμιακά συμβόλαια αφήνοντας τη συνολική αξία του χαρτοφυλακίου αμετάβλητη σε μεγάλο βαθμό. Οι δανειστές, επίσης, μπορούν να χρησιμοποιήσουν προθεσμιακά συμβόλαια επιτοκίων για να σταθεροποιήσουν το κόστος των κεφαλαίων τους σε μελλοντικά δάνεια, παίρνοντας θέση πώλησης σε μια συμφωνία και αν τα επιτόκια αυξηθούν, το κέρδος από τα συμβόλαια θα αποζημιώσει, έως ένα βαθμό, τα υψηλότερα επιτόκια του πραγματικού δανείου.

Τα προθεσμιακά συμβόλαια χρηματοπιστωτικών δεικτών (stock index futures) έκαναν την εμφάνισή τους το 1982 και αντιπροσωπεύουν μια συμφωνία απόδοσης ή παραλαβής ενός συγκεκριμένου χρηματικού ποσού που ισούται με ένα δεδομένο πολλαπλάσιο του επιπέδου του επιλεγόμενου δείκτη, σε μια καθορισμένη μελλοντική ημερομηνία. Με τέτοιες μορφές συμβολαίων, συνήθως επιδιώκεται η εξασφάλιση από μελλοντικό κίνδυνο (hedging) που δεν κατανέμεται συστηματικά. Τα νέα αυτά συμβόλαια είναι ιδιαίτερα ελκυστικά για τα Αμοιβαία Κεφάλαια και τα Ταμεία Συντάξεων. Έτσι, π.χ. εάν αναμένεται μια εισροή κεφαλαίων σε μερικούς μήνες και υπάρχει φόβος για αύξηση των τιμών έως τότε, η ενδεικνυόμενη τακτική είναι η αγορά προθεσμιακών συμβολαίων που λήγουν την ημερομηνία

κατά την οποία θα συγκεντρωθούν τα κεφάλαια.

**Χρηματοοικονομικά δικαιώματα** (Options): Η αγορά των δικαιωμάτων είναι ακόμα πιο ποικίλη από αυτή των προθεσμιακών συμβολαίων.

Υπάρχουν στην ουσία τέσσερις διαφορετικές τάξεις δικαιωμάτων: δικαιώματα σε μετοχές, δικαιώματα σε χρηματιστηριακούς δείκτες, δικαιώματα σε χρέη και δικαιώματα σε προθεσμιακούς τίτλους. Σε κάθε περίπτωση το δικαίωμα είναι δικαίωμα αγοράς (call option) ή πώλησης (put option) ενός ορισμένου ποσού ενός συγκεκριμένου χρεογράφου σε δοσμένη τιμή κατά τη διάρκεια μιας χρονικής περιόδου. Τα δικαιώματα που διαπραγματεύονται σε οργανωμένες συναλλαγές είναι τυποποιημένα και η χρονική τους διάρκεια είναι μάλλον μικρή, με την μεγαλύτερη στους 9 μήνες.

Η κερδοσκοπία με τα δικαιώματα είναι δημοφιλής ανάμεσα στους επεν-



δυτές για τρεις κυρίως λόγους: η τιμή τους, σε σχέση με αυτές των χρεογράφων που καλύπτουν, είναι πολύ χαμηλή και ο επενδυτής μπορεί να είναι στο παιχνίδι επενδύοντας μικρά σχετικά ποσά. Επιπλέον, η μεγαλύτερη ζημία που μπορεί να έχει είναι η τιμή του δικαιώματος, ενώ τα πιθανά κέρδη είναι πολύ υψηλά. Τέλος, ακριβώς όπως τα προθεσμιακά συμβόλαια και τα δικαιώματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την εξασφάλιση από

μελλοντικό κίνδυνο (hedging). Η διαπραγματεύση καταχωρημένων δικαιωμάτων άρχισε το 1973 στο Χρηματιστήριο Δικαιωμάτων του Σικάγο (Chicago Board of Options Exchange) που παραμένει έως και σήμερα το κέντρο της παγκόσμιας αγοράς δικαιωμάτων.

\* (αναδημοσίευση από το Δελτίο της Ένωσης Ελληνικών Τραπεζών, τεύχος 21-22, 1989).

### ΝΑΙ Η ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΗ ΕΙΣΟΔΟΣ ΤΗΣ NATIONALE-NEDERLANDEN ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΩΝ ΑΜΟΙΒΑΙΩΝ ΚΕΦΑΛΑΙΩΝ

σηματοδοτεί μια νέα περίοδο για την εταιρία στον ευρύτερο επενδυτικό τομέα. Το Αμοιβαίο Κεφάλαιο της NATIONALE-NEDERLANDEN είναι μικρής μορφής και αποβλέπει στην μεγαλύτερη δυνατή απόδοση με τον μικρότερο δυνατό κίνδυνο για τους πελάτες-επενδυτές. Η επιλεκτική τοποθέτηση σε χρηματιστηριακούς τίτλους με προοπτικές ανάπτυξης καθώς και σε τίτλους σταθερού εισοδήματος, σε συνδυασμό με την προσαρμογή της διάρθρωσης του χαρτοφυλακίου ανάλογα με τις διαγραφόμενες προοπτικές των επιμέρους κλάδων, δημιουργεί θετικές προοπτικές για μια ικανοποιητική απόδοση. Η μεγάλη εμπειρία της μητρικής Ολλανδικής εταιρίας στον χώρο των Αμοιβαίων Κεφαλαίων αποτελεί ένα επιπλέον θετικό στοιχείο.

Η αύξηση των μεριδίων στο διάστημα 6/3/91-27/3/91 ήταν 192% γεγονός που οφείλεται αφ' ενός μεν στην εμπιστοσύνη του επενδυτικού κοινού προς την NATIONALE-NEDERLANDEN αφ' ετέρου δε στο ικανό δίκτυο πωλήσεων της εταιρίας.

Το χαρτοφυλάκιο της εταιρίας βρίσκεται

στη φάση διαμόρφωσης και ελπίζεται ότι σύντομα θα παρουσιάσει αξιολογές αποδόσεις. Ήδη η εταιρία προβαίνει σε ενίσχυση του χαρτοφυλακίου της σε τίτλους σταθερής αποδόσεως με αγορές ομολόγων με ρήτρα ECU και εντόκων γραμματίων του Δημοσίου εκδόσεως Μαρτίου 1991.

Θα πρέπει να επισημάνουμε ότι η αξιολόγηση των αμοιβαίων κεφαλαίων δεν πρέπει να βασίζεται αποκλειστικά στην επιτευχθείσα απόδοσή τους, αλλά θα πρέπει να σταθμίζεται με το επίπεδο κινδύνου που εμπεριέχεται στο χαρτοφυλάκιο τους.

Σύμφωνα με την αποτίμηση της 26/3/91 η διάρθρωση του ενεργητικού του Αμοιβαίου Κεφαλαίου της NATIONALE-NEDERLANDEN ήταν η ακόλουθη:

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 1

% ΕΠΙ ΣΥΝΟΛΟΥ ΕΝΕΡΓΗΤΙΚΟΥ

ΜΕΤΟΧΕΣ	29.72%
ΧΡΕΟΓΡΑΦΑ ΕΛΛ. ΔΗΜΟΣΙΟΥ	18.65%
ΧΡΗΜΑΤΙΚΑ ΔΙΑΘΕΣΙΜΑ	8.95%
ΠΡΟΘ. ΚΑΤΑΘΕΣΕΙΣ, REPOS	39.98%
ΜΕΤΑΒ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΙ	2.70%

Η εταιρία προτίθεται να ακολουθήσει περισσότερο επιθετική πολιτική αυξάνο-

ντας το ποσοστό μετοχών στο χαρτοφυλάκιο της. Και αυτό προκειμένου να επωφεληθεί το Αμοιβαίο Κεφάλαιο από τον δυναμισμό και τις προοπτικές που εμφανίζουν αρκετές εταιρίες εισηγμένες στο Χρηματιστήριο.

Στον πίνακα 2 εμφανίζεται η ποσοστιαία κατανομή του μετοχικού χαρτοφυλακίου κατά κλάδο.

#### ΠΙΝΑΚΑΣ 2

% ΕΠΙ ΣΥΝΟΛΟΥ ΜΕΤΟΧΩΝ

ΤΡΑΠΕΖΕΣ - ΕΤ. ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ	57.36%
ΛΗΖΙΝΓΚ-ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΚΗΣ	10.56%
ΚΛΩΣΤΟ-ΥΦΑΝΤΟΥΡΓΙΚΕΣ	0.98%
ΧΗΜΙΚΩΝ ΠΡΟ-ΙΟΝΤΩΝ	3.80%
ΟΙΚΟΔΟΜ. ΥΛΙΚΩΝ	3.05%
ΜΕΤΑΛΛΟΥΡΓΙΚΕΣ	4.21%
ΤΡΟΦΙΜΩΝ-ΠΟΤΩΝ	9.48%
ΚΑΠΝΟΥ - ΞΥΛΟΥ - ΧΑΡΤΟΥ	2.86%
ΕΜΠΟΡΙΚΕΣ	7.34%

Η εταιρία αποδίδει ιδιαίτερη σημασία στην ενημέρωση των πελατών, ώστε να εξυπηρετηθούν κατά τον καλύτερο δυνατό τρόπο οι σύνθετες επενδυτικές ανάγκες τους.

Η διάθεση των μεριδίων γίνεται μέσω του δικτύου των υποκαταστημάτων και γραφείων της εταιρίας σ' όλη την Ελλάδα.

## Το νέο προϊόν ΑΣΠΙΣ – ΠΡΟΝΟΙΑ Αμοιβαίο Κεφάλαιο Εισοδήματος

Από τον Ιανουάριο 1991 η ΑΣΠΙΣ ΑΕΔΑΚ διαθέτει στο κοινό μέσω των συνεργατών της το «ΑΣΠΙΣ - ΠΡΟΝΟΙΑ ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ».

**ΤΙ ΑΚΡΙΒΩΣ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΕΟ ΠΡΟΙΟΝ «ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ», ΠΟΙΑ Η ΔΙΑΦΟΡΑ ΤΟΥ ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΙΟΝ «ΑΣΠΙΣ»;**

Πρόκειται για μια επένδυση που είναι τοποθετημένη σε ομόλογα και ομολογίες και μόνο κατά ένα μικρό ποσοστό σε μετοχές. Εδώ ακριβώς βρίσκεται και η διαφορά του από το «ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ & ΥΠΕΡΑΞΙΑΣ», δηλ. στην διαφορετική διάρθρωση των χαρτοφυλακίων των δύο αμοιβαίων κεφαλαίων. Το νέο αυτό προϊόν απευθύνεται σε συντηρητικούς επενδυτές οι οποίοι αναζητούν τη σιγουριά από μια επένδυση τοποθετημένη σε τίτλους σταθερής απόδοσης και ταυτόχρονα την ευελιξία που μόνο το αμοιβαίο κεφάλαιο διαθέτει. Αυτοί οι επενδυτές δεν θα είναι μόνο ιδιώτες αλλά και μεγάλες επιχειρήσεις που θέλουν να χρησιμοποιήσουν τους μηχανισμούς του Αμοιβαίου Κεφαλαίου για μεγαλύτερη και ασφαλέστερη απόδοση.

Το νέο αυτό προϊόν απευθύνεται σε συντηρητικούς επενδυτές οι οποίοι θέλουν τη σιγουριά που απορρέει από μια επένδυση τοποθετημένη σε ομόλογα και ομολογίες και μόνο κατά ένα μικρό ποσοστό σε μετοχές. Παράλληλα, το νέο αυτό προϊόν προσφέρει στον πελάτη ένα μοναδικό προνόμιο: ευέλικτη επένδυση προσαρμοζόμενη στις πληθωριστικές τάσεις και οικονομικές συνθήκες των καιρών. Το «ΝΑΙ» θέλοντας περισσότερες πληροφορίες για τους αναγνώστες του εξασφάλισε την παρακάτω συνέντευξη από τον Διευθυντή Πωλήσεων & Μάρκετινγκ της ΑΣΠΙΣ ΑΕΔΑΚ, κ. Θωμά Παπαδόπουλο.

**ΠΟΙΑ ΑΝΑΓΚΗ ΟΔΗΓΗΣΕ ΣΤΗΝ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΑΥΤΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ;**

Το προϊόν αυτό δημιουργήθηκε μέσα στα γενικότερα πλαίσια της πολιτικής της



εταιρίας για διεύρυνση των χρηματοοικονομικών προϊόντων της αλλά και μετά από γενική απαίτηση πολλών μεριδιούχων μας (και υποψηφίων μεριδιούχων) οι οποίοι σύμφωνα με μηνύματα συνεργατών μας, προτιμούν επενδύσεις τέτοιου είδους σε συνδυασμό με την καλύτερη απόδοση και ευελιξία που παρέχει το Αμοιβαίο Κεφάλαιο.

**ΟΡΓΑΝΩΤΙΚΑ ΠΩΣ ΣΚΟΠΕΥΕΤΕ ΝΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΕΤΕ ΤΗΝ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ ΣΑΣ;**

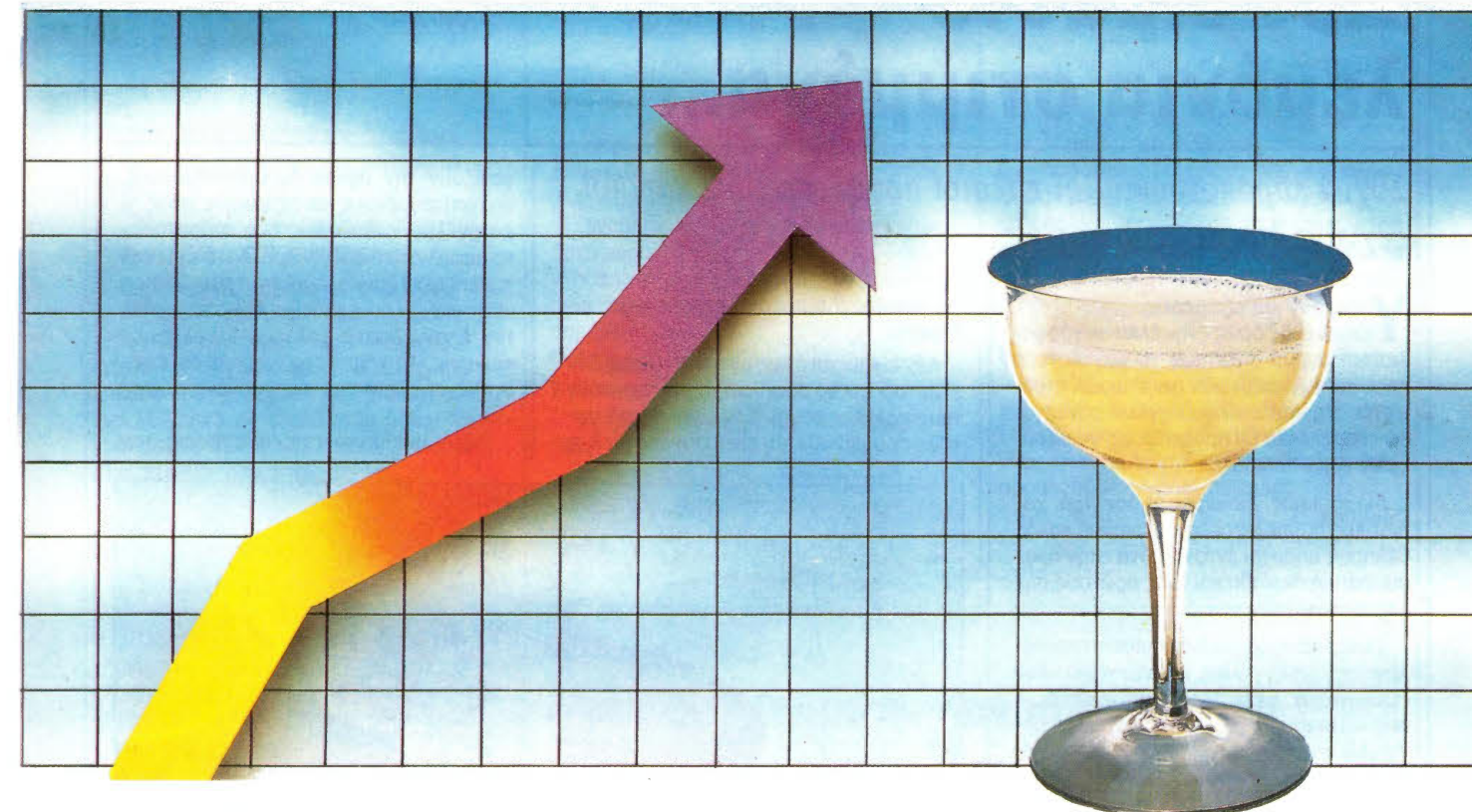
Όπως με κάθε νέο προϊόν έτσι και με το ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ θα πραγματοποιηθούν εκπαιδευτικά σεμινάρια για την παρουσίαση και λειτουργία του, ενώ παράλ-

ληλα θα γίνονται και συγκεντρώσεις για την εμπέδωση των γνώσεων και την απάντηση τυχόν ερωτήσεων.

**ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΘΑ ΥΠΑΡΞΕΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΗ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΑΓΟΡΑ;**

Η διαφήμιση θα γίνεται από τους συνεργάτες, χρησιμοποιώντας το νέο και το υπάρχον διαφημιστικό έντυπο υλικό. Ευρύτερα θα πραγματοποιηθούν σε εφημερίδες και σε ειδικά περιοδικά, ενώ ο τύπος μας προβάλλει αρκετά λόγω της πετυχημένης πορείας του αμοιβαίου κεφαλαίου «ΑΣΠΙΣ ΠΡΟΝΟΙΑ, ΑΜΟΙΒΑΙΟ ΚΕΦΑΛΑΙΟ ΕΙΣΟΔΗΜΑΤΟΣ & ΥΠΕΡΑΞΙΑΣ».

△ □



# 20 ΧΡΟΝΙΑ ΜΠΡΟΣΤΑ...

Η «ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ» γιορτάζει φέτος τα 20 χρόνια από την ίδρυση της. Είκοσι χρόνια επιτυχημένης και συνεχούς ανοδικής πορείας. Μέλος του Group **BALOISE - DEUTSCHER RING** με τεράστια οικονομική δύναμη και διεθνή εμπειρία κατάφερε να δημιουργήσει νέες προοπτικές στην ανάπτυξη των ασφαλειών στην Ελλάδα, τόσο στον Κλάδο Ζωής, όσο και στον Κλάδο Γενικών Ασφαλίσεων.

Με σύνολο ενεργητικού της και των Αντασφαλιστικών της Οργανισμών, που υπερβαίνει τα 110 δισεκατομμύρια δολάρια, η παρουσία της ΑΤΛΑΝΤΙΚΗΣ ΕΝΩΣΕΩΣ γίνεται έντονη και καθοριστική.

Με αυτά τα οικονομικά μεγέθη, με νέα πρωτοποριακά προγράμματα και μοντέρνα αλλά και εύκαμπτη οργάνωση, η ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ ΕΝΩΣΗ μοιράζει

συνεχώς νέες:

- Ευκαιρίες ζωής.
- Ευκαιρίες για καλύτερη ασφαλιστική κάλυψη.
- Ευκαιρίες για γρήγορη και επιτυχημένη εξέλιξη των συνεργατών της.
- Ευκαιρίες για αποφασιστικά βήματα στην εξέλιξη του Ασφαλιστικού κόσμου.

**ΑΤΛΑΝΤΙΚΗ  
ΕΝΩΣΗ**

*Η Αξιοκρατία της Junis Gas...*

# Δεν είμαστε λεμόνια στιμμένα...

*Συχνά παραπονούνται οι παλαιοί ασφαλιστές ότι κάποιιοι ξεχνάνε την προσφορά τους...*

**Υ**πάρχουν και εξαιρέσεις. Ο κανόνας όμως στην ελληνική ασφαλιστική αγορά είναι πως το μεγαλύτερο ποσοστό των ενεργειών των εταιριών στρέφεται στη στρατολόγηση νέων συνεργατών παράλληλα με προσπάθειες για εξεύρεση νέων πελατών.

Διαφημίσεις, εκπαίδευση, κίνητρα, χαριστικές συμπεριφορές και πνεύμα καλής θέλησης υπάρχει έντονο μόνο στην προ-συμβατική περίοδο και τους πρώτους μήνες συνεργασίας...

Τεράστια ποσά για διαφημίσεις στρατολόγησης για αγγελίες, για σεμινάρια νέων συνεργατών. Εκεί τα τμήματα εκπαίδευσης και Marketing είναι εφευρετικά, γεμάτα μέλι και φαντασία. «Βάλτον στο παιγνίδι» και τα βρίσκουμε.

Μελιστάλακτοι οι Managers και οι ασφαλιστές. Οι μεν να βρουν ασφαλιστές οι άλλοι να βρουν πελάτες.

Έτσι παρατηρούμε χιλιάδες να μπαίνουν στο επάγγελμα αλλά λίγους να ευδοκιμούν.

Πολλοί Managers φοβούνται την επαφή νέων και παλαιών ασφαλιστών. Δεν πρέπει να κάνουν παρέα γιατί μπορεί οι παλαιοί να χαλάσουν τους νέους.

Δηλαδή τι φοβούνται; Φοβούνται για την υπάρχουσα συμπεριφορά προς τους παλαιότερους συνεργάτες...

Το φαινόμενο είναι λυπηρό. Τόσοι κόποι, τόση αγωνία, μαθήματα, προσπάθειες, ιδρώτας τόσων ανθρώπων, όνειρα, προσδοκίες, προγραμματισμοί και μετά οι άνθρωποι μένουν μετέωροι. Αφού περάσουν μερικοί μήνες ή ένα-δύο χρόνια ο παλαιότερος σχετικά με τους νέους ασφαλιστές, μένει ΜΟΝΟΣ τις περισσότερες φορές.

Οι Managers τρέχουν για καινούργιους και οι εταιρίες φτιάχνουν bonus για στρατολόγηση.

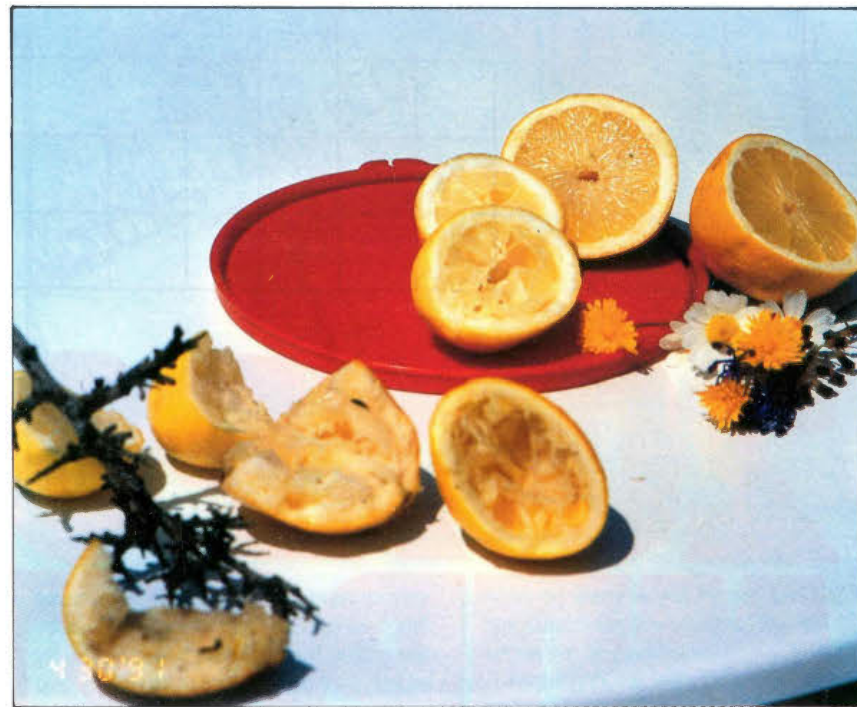
Η νοοτροπία είναι «άστον που θα πάει δεν μπορεί να τα παρατήσει, άλλωστε βγά-

ζει λεφτά»... Δημιουργήθηκε μια κακή νοοτροπία.

Δεν είναι έτσι όμως αγαπητοί (όπως δεν είναι σωστό οι ασφαλιστές να παρατάνε τους πελάτες τους). Δεν είναι σωστό αυτούς που μένουν και είναι στο επάγγελμα

γεμίζουν την αγορά δυσαρεστημένους, απαγοητευμένους και εχθρικούς, προς το επάγγελμα, ανθρώπους που σταμάτησαν το ασφαλιστικό επάγγελμα. Αυτό έχει σαν συνέπεια να δυσκολεύει τη στρατολόγηση νέων ικανών συνεργατών. Ακόμα η εικόνα του επαγγελματία χαλάει στην ελληνική κοινωνία. Το χειρότερο, μερικοί δυσαρεστημένοι σέρνονται πικραμένοι ανάμεσά μας...

Ρίξτε μια ματιά στις απαιτήσεις των



να τους αφήνουμε στην τύχη τους. Δεν είναι σωστό να γινόμαστε σιγά-σιγά σκληροί στους παλαιούς συνεργάτες μας γεμάτοι όρους, διατάξεις και κανονισμούς απαιτητικούς.

Στην αρχή βάζουμε νερό στο κρασί και τους κανονισμούς τους ερμηνεύουμε εν πνεύματι, ελαστικά και διασταλτικά. Μετά σιγά-σιγά το λάστιχο γίνεται σίδερο και δεν λυγίζει, δεν τραβάει, δεν γίνεται...

Χιλιάδες τα παραδείγματα των ασφαλιστών που εγκατέλειψαν γεμάτοι παράπονο τις προσπάθειες. Τέτοια λάθη όμως

δ/σεων πωλήσεων και αξιολογήστε τις υποχρεώσεις των νέων και παλαιών.

Για τους νέους υπάρχει η δικαιολογία εύκολη. Είναι νέος ή βγάλε την αποζημίωση γρήγορα, δώσου μια χαριστική, πάρτον στο ταξίδι, πάρτον στο συνέδριο, δώσου βραβείο, δεν πειράζει για το λίγο που δεν έκανε...

Για τους παλαιούς είναι -βαρύ το μαστίγιο. Ας πρόσεχε. Ας φρόντιζε. Ας έτρεχε στην ώρα του. Ένα συμβόλαιο δεν έκανε αυτός; Να κοπεί. Να μάθει... Ας έκανε νωρίτερα παραγωγή... Δεν γίνεται. Δεν του το

κάνω αυτό κι εκείνο... Αποκλείεται. Αδύνατον...

Μα αγαπητοί μου αυτές οι ταμπέλες που φυτρώνουν στις πλατείες και τα σταυροδρόμια, αυτά τα κτίρια, αυτά τα νούμερα, αυτές οι πρωτιές που καμαρώνετε από πού βγήκανε; Απ' τους νέους βγήκανε ή απ' τους παλαιούς;

Δεν δικαιούνται λοιπόν καλή μεταχείριση;

Δεν έχουν μεταπτώσεις οι παλαιοί; Δεν έχουν αγωνίες και φόβους οι παλαιοί;

Ήταν καλοί όταν έφερναν συνέχεια κι έφτιαξαν ονόματα και εταιρίες;

Δεν λέω για παράλογες απαιτήσεις. Μιλώ γι' αυτούς που δούλεψαν κι έχουν χαρτοφυλάκια. Κι έχουν πελατεία. Κι έχουν ιστορία. Μιλώ γι' αυτούς που έπρεπε οι εταιρίες να τους προσέχουν και να λένε «να, οι ασφαλιστές μου!»! Να τι πρέπει να γίνεις κύριε Νέε Συνεργάτη. Σαν κι αυτόν που είναι μαζί μου, 10, 15, 20, 25 χρόνια! Και βέβαια οι παλαιοί δεν έχουν ανάγκη κάθε 15-20 χρόνια ένα τιμητικό χαρτί, που κι αυτό χρειάζεται...

Έχουν ανάγκη την καθημερινή καλή συμπεριφορά στη ζωή της εταιρίας.

Έχουν ανάγκη να τους προσέχουν τα τμήματα Marketing και Πωλήσεων και να τους εκπαιδεύσουν στη διατήρηση της πελατείας και του υψηλού ηθικού.

«Όχι όλοι στο ίδιο τσουβάλι!»! Πλουτίστε τα εκπαιδευτικά προγράμματα για παλαιούς συνεργάτες. Ασχοληθείτε με τα προβλήματά τους.

Προσαρμόστε τα κίνητρα και στους παλαιούς συνεργάτες. Άλλες ανάγκες έχουν οι παλαιοί.

Προσαρμόστε τις ομαδικές ασφαλίσεις στην προσφορά του καθενός. Μετρήστε και το παρελθόν. Το μέλλον είναι αβέβαιο.

Οι ασφαλιστές για να μείνουν και οι νέοι για να γίνουν θέλουν να βλέπουν πού μπορούν να φθάσουν και τι εξασφάλιση έχουν οι ίδιοι, οι οικογένειές τους, οι ιδιώτες τους.

Βγάλτε απ' το μυαλό τους πως σε κάποια στιγμή θα είναι λεμόνια στιμμένα για πέταμα και προ παντός μη το δείχνετε με τέτοιες πράξεις προς τους παλαιούς!

Χάθηκαν αρκετοί αξιόλογοι άνθρωποι για μικρολεπτομέρειες και δεν ήρθαν στο επάγγελμα περισσότερο επειδή η εικόνα αυτής της συμπεριφοράς δεν ήταν η πρόποσα.

Οι δυσαρεστημένοι τα λένε μεταξύ τους και προς τρίτους. Έτσι γκρεμίζονται προσπάθειες αρκετών Managers που ιδροκοπάνε να στρατολογήσουν νέους συνεργάτες.

Σηκώστε το τηλέφωνο σε μια αγγελία

*“ Πλουτίστε τα εκπαιδευτικά προγράμματα για παλαιούς συνεργάτες. Ασχοληθείτε με τα προβλήματά τους ”*

για ασφαλιστές και θα δείτε τη γνώμη των άλλων για μας.

Αγαπητοί υπεύθυνοι εταιριών, Ξαναδείτε λίγο το θέμα του υπάρχοντος δυναμικού.

Η εποχή που η ελληνική ασφαλιστική αγορά διψούσε για στρατολόγηση μόνο παρήλθε.

Σήμερα υπάρχουν αρκετοί στο επάγγελμα.

Η στρατηγική κάπως πρέπει να διορθωθεί.

Ας βελτιώσουμε την εικόνα αυτού που έχουμε για να προσελκύσουμε καλύτερου επιπέδου συνεργάτες, αύριο. Αν πιστεύουμε πως δεν είναι λεμόνια στιμμένα

για πέταμα οι παλαιοί ας αναρωτηθούμε:

— Τι εξασφάλιση έχουν οι συνεργάτες μας; Κι αν τους έχουμε ομαδική ασφάλιση με τι πρόποσέσεις τους κρατάμε και πότε τους βγάζουμε;

— Τι σύνταξη έχουν;

— Τι εξασφάλιση έχει η οικογένειά τους;

— Τι προβλέπουμε για το χαρτοφυλάκιό τους;

— Τι θέση έχει στις εκδηλώσεις μας και με ποιες προϋποθέσεις;

Η ασφαλιστική αγορά είναι ένα μπαλόνι φουσκωμένο. Και όπως επηρεάζεται ΟΛΟ το μπαλόνι οπουδήποτε το πιάσεις, έτσι και στην περίπτωση μας ό,τι γίνεται οπουδήποτε επηρεάζει και τους άλλους θετικά ή αρνητικά.

Το «ΝΑΙ» θέλει με αφορμή αυτό το άρθρο να συγχαρεί τις λίγες εταιρίες και περιπτώσεις σοφών υπευθύνων εταιριών που αυτή τη στιγμή έχουν προγράμματα εξασφάλισης των παλαιών συνεργατών τους και μελετούν ακόμη καλύτερες προϋποθέσεις για το δυναμικό τους.

**Ε. Σπύρου**

▲□

## Τα αιτήματα των ασφαλιστών

Τα σταθερά και μόνιμα αιτήματα των παραγωγών προς το Υπουργείο Εμπορίου είναι:

- Ελεύθερη διαπραγμάτευση της αμοιβής με θεσμοθέτηση των σημερινών ποσοστών προμηθειών ως ελαχίστων εγγυημένων.
- Κατοχύρωση χαρτοφυλακίου και συνέχιση καταβολής προμηθειών σε αποχώρηση ή θάνατο ή ανικανότητα ή λόγω γηρατειών του παραγωγού.
- Κοινή ενιαία Σύμβαση συνεργασίας ισχύουσα σε όλες τις εταιρίες, εγκεκριμένη από το υπουργείο Εμπορίου, για να μην καταστρατηγείται εύκολα.
- Κατοχύρωση του επαγγέλματος με καθιέρωση αυστηρότερων προϋποθέσεων άσκησης του και δημιουργία σχολής Ασφαλιστικών Συμβούλων τουλάχιστο επιπέδου ΤΕΙ.
- Καθιέρωση συντελεστή καθαρού κέρδους χωρίς αποδείξεις δαπανών, αφού ενώ έχουμε σημαντικές δαπάνες είναι δύσκολη η συγκέντρωση αποδείξεων.
- Αλλαγή του τίτλου από «Παραγωγός Ασφαλείων» σε «Ασφαλιστικό Σύμβουλο» εν όψει του νέου ρόλου που έχουμε να παίξουμε με την εισαγωγή των αμοιβαίων κεφαλαίων και άλλων επενδυτικών προγραμμάτων στην ασφαλιστική αγορά.
- Δικαίωμα απόκτησης επαγγελματικού αυτοκινήτου με μειωμένες εισφορές κ.λπ.

Ήδη ένα νέο ακόμη υπόμνημα του ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ με τα παραπάνω αιτήματα υπεβλήθη πρόσφατα στο Υπουργείο, στις Ενώσεις, τα Επιμελητήρια και στους αρχηγούς των πολιτικών κομμάτων.

# Ασφαλιστικές Ειδήσεις



**ΝΑΙ** Ο κ. Κ. VAN HAM, ΔΙΗΜΕΡΗ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΑΠΟ 25-26 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ, ΠΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΕ ο κ. Kees Van Ham, Γενικός Γραμματέας του Ευρωπαϊκού Οργανισμού Ποιοτικού Management, προσκεκλημένος από την Ε.Ε.Δ.Ε.

Ο κ. Kees Van Ham, είχε συναντήσεις με 20 περίπου γενικούς διευθυντές και διευθύνοντες συμβούλους μεγάλων Ελληνικών επιχειρήσεων. Από πλευράς INTERAMERICAN, συναντήθηκε με τους κ. κ. Β. Καλτσά, Αναπληρωτή Γενικό Διευθυντή και Α. Σπανό, Διευθυντή Εκπαίδευσης και Ποιότητας. Ο κ. Van Ham αποδεχό-

μενος πρόσκληση της εταιρίας, συναντήθηκε με στελέχη της, τα οποία είχαν την ευκαιρία να συζητήσουν το Ποιοτικό Πρόγραμμα της εταιρίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι η INTERAMERICAN, είναι η πρώτη Ελληνική επιχείρηση μέλος του Ε.Ε.Ο.Μ. (παραμένει μοναδικό μέλος στον ασφαλιστικό τομέα) και συνδέεται ηλεκτρονικά μέσω Η/Υ με την Τράπεζα Πληροφοριών του Ε.Ε.Ο.Μ. στο Αϊντχόβεν για την άμεση ανταλλαγή πληροφοριών σε θέματα Ποιότητας.

Στη φωτογραφία στιγμιότυπο από την επίσκεψη του κ. Van Ham στην INTERAMERICAN με τον κ. Α. Σπανό και την δ. Ηρώ Πηχέων.

**ΝΑΙ** 7 ΝΕΑ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ METROLIFE. ΤΗ ΔΥΝΑΜΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΤΗΣ ΣΕ ΜΕΓΑΛΑ αστικά κέντρα της χώρας προγραμματίζει η ασφαλιστική εταιρία ζωής METROLIFE.

Μέσα στον Απρίλιο εγκαινιάζονται 7 νέα υποκαταστήματα και γραφεία της εταιρίας στα Γιάννενα, τα Τρίκαλα, τη Λάρισα, τη Καβάλα και την Αλεξανδρούπολη, ενώ στο ίδιο χρονικό διάστημα θα λειτουργήσει νέο υποκατάστημα στη Γλυφάδα και δεύτερο υποκατάστημα στο Αιγάλεω.

Με τα νέα Υποκαταστήματα, το δίκτυο της METROLIFE περιλαμβάνει 38 υποκαταστήματα και γραφεία σε όλη την Ελλάδα.

**ΝΑΙ** METROLIFE. ΑΥΞΗΣΗ ΠΑΡΑΣΦΑΛΙΣΤΡΩΝ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΗ ΚΑΤΑ 90% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα Φεβρουάριο του 1990 πέτυχε η ασφαλιστική

εταιρία Ζωής METROLIFE Α.Ε. Σε ανακοίνωση της εταιρίας αναφέρεται ότι τα ασφαλιστήρια το 1990 ξεπέρασαν το 1 δισ. 100 εκατομμύρια δρχ., σημειώνοντας αύξηση σε σχέση με το 1989 κατά 60%. Στόχος της METROLIFE για το 1991 είναι η παραγωγή ασφαλιστήριων 2 δισ. δρχ. στον κλάδο Ζωής, η επίτευξη του οποίου θα κατατάξει τη METROLIFE κατά πάσα πιθανότητα μέσα στις 6 μεγαλύτερες ασφαλιστικές εταιρίες Ζωής στη χώρα μας. Παράλληλα, συνεχίζεται με ιδιαίτερη επιτυχία το επενδυτικό πρόγραμμα της εταιρίας που προβλέπει μέσα στο 1991 τη δημιουργία νέας ασφαλιστικής εταιρίας στον κλάδο Ζημιών και τη δημιουργία του Αμοιβαίου Κεφαλαίου METROLIFE.

**ΝΑΙ** ΠΟΛΥΑΣΦΑΛΙΣΤΗΡΙΑ HELVETIA. ΔΥΟ ΝΕΑ ΠΟΛΥΑΣΦΑΛΙΣΤΗΡΙΑ ΤΗΣ HELVETIA ΑΕΓΑ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΤΗΚΑΝ σε ενημερωτικές συγκεντρώσεις στην Αθήνα και στη Θεσσα-

λονίκη, σε διευθυντές των Υποκαταστημάτων Ζωής, σε πράκτορες και συνεργάτες των ασφαλιστικών εταιριών HELVETIA. Με βάση την ασφάλιση πυρός τα πολυασφαλιστήρια αυτά, με πολύ μικρό εισαφελιστρο, καλύπτουν πολλούς άλλους κινδύνους που αφορούν στο νοικοκυριό ή την επιχείρηση. Πρόκειται για πακέτα σύνθετης ασφαλιστής προστασίας, σχεδιασμένα ειδικά για πολλαπλούς κινδύνους, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται για πρώτη φορά στην Ελλάδα, η κλοπή κοσμημάτων και χρημάτων.

Ο διευθυντής Αναλήψεως Κινδύνων της HELVETIA ΑΕΓΑ, Β. Δράκος παρουσίασε τα δύο νέα πολυασφαλιστήρια.

**ΝΑΙ** Η AGF ΘΑ ΙΔΡΥΣΕΙ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΤΗΝ ΚΟΡΕΑ. Η AGF INTERNATIONAL, θυγατρική του ομίλου AGF που κατέχει το σύνολο των ασφαλιστικών συμμετοχών της εταιρίας στο εξωτερικό, έλαβε την έγκριση των κορεατικών αρχών για τη δημιουργία ασφαλιστικής εταιρίας Ζωής στη Σεούλ: την AGF LINE INSURANCE COREA.

Η εταιρία θα έχει μετοχικό κεφάλαιο ύψους 80.000.000 γαλλικών φράγκων με μέτοχο 100% την AGF INTERNATIONAL.

Η AGF LIFE INSURANCE COREA θα λειτουργήσει από 1ης Ιανουαρίου 1992 στην ιδιαίτερα ανεπτυγμένη ασφαλιστική αγορά στον κλάδο Ζωής όπου κατέχει παγκοσμίως την 7η θέση.

Η AGF έχει ήδη παρουσία στην Ιαπωνία, Χονγκ-Κονγκ, Σιγκαπούρη και Μαλαισία.

**ΝΑΙ** ΣΤΙΣ 20 ΜΑΡΤΙΟΥ 1991, Ο Κ. ΝΙΚΟΣ ΠΛΑΚΙΔΗΣ, ΔΙΕΥΘΥΝΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ AGF ΚΟΣΜΟΣ εγκαινίασε ένα ακόμα υποκατάστημα Ζωής στην οδό Σατωβριάνδου 20 στην Ομόνοια.

Επικεφαλής του υποκαταστήματος είναι ο κ. Μωυσής Τσανκοκίδης, ο οποίος πλαισιωμένος από ικανότατους συνεργάτες έχει μπει δυναμικά στην ασφαλιστική αγορά και η ανάπτυξη των εργασιών του είναι ήδη θεαματική.

Τα εγκαινία ετίμησαν με την παρουσία τους οι Πρόεδροι και τα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου, οι Επιθεωρητές Πωλήσεων Αττικής κ.κ. Δ. Καρατζάς, Δ. Μπάτρης, Διευθυντές άλλων υποκαταστημάτων, στελέχη της εταιρίας, πολλοί συνεργάτες και πελάτες.

**ΝΑΙ** Η LIFE CARD ΠΛΗΡΩΝΕΙ ΑΜΕΣΩΣ ΤΟΝ ΠΡΩΤΟ ΤΗΣ ΠΕΛΑΤΗ. ΛΙΓΟΥΣ ΜΟΝΟ ΜΗΝΕΣ ΜΕΤΑ από την έκδοση της, η Life Card πλήρωσε αμέσως την αναλογούσα αποζημίωση σε κάτοχο της, μόλις εκείνος χρειάστηκε τη βοήθειά της.

Όπως είναι γνωστό, η Life Card, είναι αποτέλεσμα δημιουργικής δουλειάς του Ομίλου Εταιριών ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ.

Παρέχει στους κατόχους της, δικαίωμα δωρεάν αγορών μέχρι και 1.000.000 δρχ. το χρόνο, ανάλογα με τη χρήση της στα συμβεβλημένα καταστήματα σ' όλη την Ελλάδα.

Η χρήση της Life Card γίνεται χωρίς καμία απολύτως επιβάρυνση. Επίσης, η Life Card μπορεί να χρησιμοποιηθεί από όλα τα μέλη της οικογένειας και χορηγείται έναντι μιας συμβολικής ετήσιας συνδρομής.

Η Life Card είχε αρχικά σχεδιασθεί μόνο για τους ασφαλισμένους στην Ευρωπαϊκή Πίστη. Όμως, όπως μας δήλωσε ο Δ/νων Σύμβουλος του ομίλου κ. Χ. Γεωργακόπουλος, η μεγάλη της επιτυχία και η ζήτηση ακόμη και από μη ασφαλισμένους στην Ευρωπαϊκή Πίστη, οδήγησε την εταιρία να την προσφέρει στο ευρύ κοινό.

**ΝΑΙ** ΜΠΡΑΒΟ ΣΥΝΑΔΕΛΦΕ ΓΙΑ ΠΑΙΔΙΑ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ. ΟΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ του υποκαταστήματος Αργυρούπολης της ασφαλιστικής εταιρίας METROLIFE οργάνωσαν στις 24 Φεβρουαρίου 1991 στο Δημοτικό Θέατρο του Δήμου Αργυρούπολης δύο εκδηλώσεις αγάπης και αλληλεγγύης προς τον άνθρωπο.

Η μία εκδήλωση αφορούσε την προσηγορία αίματος από τους ασφαλιστές της METROLIFE στην Κινητή Υπηρεσία Αιμοδοσίας του υπουργείου Υγείας.

Η άλλη εκδήλωση έγινε για τα παιδιά με ειδικές ανάγκες του Κέντρου Αποκατάστασης «ΕΡΜΗΣ». Συμμετείχαν μουσικά και χορευτικά συγκροτήματα πολιτιστικών συλλόγων και λυκείων της περιοχής, όπως επίσης και πολύ κόσμος που με ευαισθησία ανταποκρίθηκε στο κάλεσμα του Διευθυντή του υποκαταστήματος της METROLIFE κ. Γ. Χειλαδάκη.

Στην εκδήλωση παρευρέθη και ο υφυπουργός Μεταφορών και Συγκοινωνιών κ. Απόστολος Κράτσας. Τα παιδιά και τους καλεσμένους χαιρέτησε ο πρόεδρος της METROLIFE κ. Γεώργιος Καπουράνης, ο οποίος συνεχάρη για μία ακόμη φορά τις προσπάθειες όλων των συνεργατών του υποκαταστήματος Αργυρούπολης για τις εκδηλώσεις κοινωνικού χαρακτήρα που οργανώνουν κάθε χρόνο οι ασφαλιστές της METROLIFE.

## Ειδήσεις



**ΝΑΙ** ΝΕΑ ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ ΘΑ ΑΠΟΚΤΗΣΕΙ ΣΕ ΛΙΓΟΥΣ ΜΗΝΕΣ Η ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ CONTINENTAL. Ήδη άρχισαν οι εργασίες για την ανακαίνιση και διαρρύθμιση του πενταώροφου πρώην Ξενοδοχείου που βρίσκεται στη γωνία των λεωφόρων Καλλιρρόης και Βουλιαγμένης (Στύλιος Ολυμπίου Διός).

Η μεταφορά των Διοικητικών Υπηρεσιών της CONTINENTAL κατέστη αναγκαία λόγω της συνεχούς παραγωγικής ανάπτυξής της. Μιλώντας προς τους Ασφαλιστές και Υπαλλήλους της Εταιρίας ο Διευθύνων Σύμβουλος κ. Σπύρος Αλεξανδράτος τόνισε χαρακτηριστικά: «Σε λίγα χρόνια θα είμαστε τόσο πολλοί και τόσο μεγάλοι, ώστε ούτε το καινούργιο κτίριο θα μας χωρά!»

**ΝΑΙ** ΕΚΔΗΛΩΣΗ ΤΗΣ COMMERCIAL UNION. ΤΗΝ 21/2/91 Η ΛΕΣΧΗ ΤΗΣ COMMERCIAL UNION πραγματοποίησε συνεισίαση στο Ξενοδοχείο Royal Olympic. Στην εκδήλωση συμμετείχε ως ομιλητής ο κ. Μάνος Μαθίας, Γενικός Διευθυντής της Ασφαλιστικής Εταιρίας D.A.S. HELLAS.

Θέμα της ομιλίας του ήταν: «Η σημασία της ασφαλιστικής εκπαίδευσης και μετεκπαίδευσης στη χώρα μας - παρελθόν, παρόν και μέλλον». Την εκδήλωση παρακολούθησαν τα μέλη της Λέσχης της COMMERCIAL UNION και οι προσκεκλημένοι των.

**ΝΑΙ** Η CONTINENTAL ΣΤΗ ΧΙΟ. ΤΗΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ CONTINENTAL στην περιοχή των νησιών του Αιγαίου. Στα πλαίσια αυτά εντάσσεται και η έναρξη της λειτουργίας του υποκαταστήματος Χίου. Το υποκατάστημα βρίσκεται στη γωνία των οδών Ελ. Βενιζέλου και Δημογεροντίας, στο κέντρο της πόλης Χίου. Για τη βελτίωση της ποιοτικής εργασίας τους οι ασφαλιστές της Χίου παρακολούθησαν στις 20 και 21 Φεβρουαρίου Βασικό Σεμινάριο Ασφαλείων Ζωής που οργανώθηκε από τη Διεύθυνση Μάρκετινγκ και Εκπαιδεύσεως της CONTINENTAL.

**ΝΑΙ** CONTINENTAL: ΤΩΡΑ ΚΑΙ ΣΤΗ ΔΡΑΜΑ. ΑΡΧΙΣΕ ΠΡΟΣΦΑΤΩΣ ΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΟΥ ΤΟ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑ Δράμας της ασφαλιστικής εταιρίας CONTINENTAL. Το υποκατά-

στημα βρίσκεται στην οδό Άρμεν 18 σε κεντρικότατο σημείο της πόλης και δίπλα από το Δημαρχείο.

Η λειτουργία του υποκαταστήματος εντάσσεται μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής της CONTINENTAL και του Διευθύνοντα Συμβούλου κ. Σπύρου Αλεξανδράτου με στόχο τη διεύρυνση του δικτύου πωλήσεων και εξυπηρέτησεως πελατών σ' όλο τον ελλαδικό χώρο.

**ΝΑΙ** Ο ΟΜΙΛΟΣ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ ΧΟΡΗΓΟΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ ΚΕΦΑΛΑΙΑΓΟΡΑΣ ΣΤΗ Βόρειο Ελλάδα. Τον περασμένο μήνα στο συνεδριακό κέντρο της HELEXPO στη Θεσσαλονίκη οργανώθηκε από την εταιρία Συμβούλων Επενδύσεων ALFA TRUST και τα Εμπορικά Επιμελητήρια ελληνοαμερικανικό και ελληνοβρετανικό συνέδριο για την ανάπτυξη της κεφαλαιοαγοράς και την ανάγκη δημιουργίας χρηματιστηρίου στη Β. Ελλάδα.

Στο συνέδριο αυτό έλαβαν μέρος πλέον των τριακοσίων εκπροσώπων του εμπορικού και βιομηχανικού κόσμου της Β. Ελλάδος και παρουσίασαν ενδιαφέροντα θέματα διάφοροι ομιλητές, μεταξύ των οποίων ο κ. Νιάρχος, πρόεδρος του Χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών.

Τον όμιλο των εταιριών Ευρωπαϊκή Πίστη που ήταν και ο χορηγός του συνεδρίου, εκπροσώπησε ο πρόεδρος κ. Δημ. Κοντογούλας που προέδρευσε σχετικού panel και ανέπτυξε το θέμα: «Αμοιβαία Κεφάλαια και δίκτυα Πωλήσεων στη Β. Ελλάδα».

**ΝΑΙ: SCOP LIFE: ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΠΩΛΗΣΕΩΝ Ο Κ. Γ. ΚΛΟΓΚΑΣ - ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟ ΟΡΓΑΝΟΓΡΑΜΜΑ.** Με την πρόσληψη του κ. Γ. Κλόγκα στη θέση του Διευθυντή Πωλήσεων ολοκληρώθηκε πρόσφατα η Διοικητική Οργάνωση της SCOP LIFE.

Ο κ. Γ. Κλόγκας γεννήθηκε το 1955 στην Αθήνα, είναι παντρεμένος και έχει μια κόρη. Έχει πτυχίο ναυτιλιακών σπουδών αλλά ασχολήθηκε από μακρού με τις πωλήσεις ασφαλείων. Κατά τη διάρκεια της δεκαετίας εμπειρίας του στον ασφαλιστικό χώρο έχει παρακολουθήσει πολλά εξειδικευμένα σεμινάρια Πωλήσεων και Management του κλάδου Ζωής.

Αξιοσημείωτο είναι ότι η SCOP LIFE εφαρμόζει το οργανόγραμμα χωριστών διευθύνσεων Marketing και Πωλήσεων, κάτι που δεν συνηθίζεται στο χώρο των ελληνικών ασφαλιστικών εταιριών.

Η πρόσληψη του κ. Γ. Κλόγκα στη θέση του Διευθυντή Πωλήσεων, μετά από τον κ.



M. Μαυροβουιώτη στη θέση του Διευθυντή Marketing, είναι η υλοποίηση αυτής της πολιτικής της εταιρίας από τον Διευθύνοντα Σύμβουλο κ. Χρ. Νικολάου, που αποβλέπει στη μεγαλύτερη δυνατή επιτυχία του στόχου της SCOP LIFE για μια δυναμική και ποιοτική ανάπτυξη της στην ελληνική αγορά.

**ΝΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ Α/Κ ΣΤΗΝ GENERALI LIFE: ΜΕΤΑ ΤΗΝ ΧΟΡΗΓΗΣΗ ΑΔΕΙΑΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ ΤΟΥ ΑΜΟΙΒΑΙΟΥ** Κεφαλαίου Generali Life, άρχισαν τα εκπαιδευτικά σεμινάρια των συνεργατών της GENERALI LIFE. Το πρώτο σεμινάριο έγινε στην Αθήνα, στο Ξενοδοχείο ΑΘΗΝΑΕΥΜ INTERCONTINENTAL, όπου ο Γενικός Διευθυντής της Generali Life κ. Ι. Δ. Πολίτης έκανε την γενική εισήγηση και ακολούθησε ομιλία του Διευθυντού της ΑΛΦΑ κ. Κ. Τσιφτσόπουλου και του κ. Ξενοφάνη, ειδικού στα Αμοιβαία Κεφάλαια. Τα σεμινάρια αυτά καλύπτουν αφ' ενός μεν τεχνικά θέματα σχετιζόμενα με τα αμοιβαία κεφάλαια, αφ' ετέρου δε τις τεχνικές πωλήσεων των αμοιβαίων κεφαλαίων. Παρόμοια εκπαιδευτικά σεμινάρια οργανώθηκαν και στη Θεσσαλονίκη, Κρήτη, Πάτρα και στις άλλες περιοχές της Ελλάδος, όπου η Εταιρία διατηρεί γραφεία.

**ΝΑΙ ALLIANZ. ΣΤΙΣ 18 ΜΑΡΤΙΟΥ ΥΠΟΓΡΑΦΗΚΕ ΤΟ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟ ΤΗΣ ΝΕΑΣ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ ALLIANZ ΖΩΗΣ.** Κύριοι μέτοχοι είναι η Γερμανική ALLIANZ, που κατέχει την πλειοψηφία των μετοχών, η Ιταλική RAS και η Τράπεζα Εργασίας. Το μετοχικό κεφάλαιο και τα ελεύθερα αποθεματικά της Εταιρίας ανέρχονται σε 1,4 δισεκ. δρχ. Το Διοικητικό Συμβούλιο απαρτίζουν οι κ.κ. R. Gavazzi, Διευθύνων Σύμβουλος και H. Perlet, Οικονομικός Διευθυντής της Allianz Europe Ltd, E. Orlando, Γενικός Διευθυντής της RAS Ιταλίας, Ξ. Νικήτας, Διευθύνων Σύμβουλος της Τράπεζας Εργασίας, Δ. Μπάϊλας, Δικηγόρος και Μ. Λιδωρίκης, τ. Διευθυντής ETBA. Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου με εκτελεστικές εξουσίες αναλαμβάνει ο κ. Ιερώνυμος Δελένδας.

Η καινούργια εταιρία, που είναι αδελφή εταιρία της ALLIANZ Γενικών Ασφαλειών

που έχει ήδη συσταθεί, υπολογίζεται να αρχίσει τη δραστηριότητά της σε λίγους μήνες και στόχος της είναι να φθάσει γρήγορα στις πρώτες θέσεις της ελληνικής ασφαλιστικής αγοράς. Εξάλλου το μετοχικό ενδιαφέρον της Τράπεζας Εργασίας θα επιτρέψει στα δύο μέρη να συνεργασθούν στενά στην προώθηση επενδυτικών ασφαλιστικών προϊόντων αλλά και γενικότερα στον τομέα των χρηματοοικονομικών υπηρεσιών.

Όπως είναι γνωστό, ο Όμιλος της Γερμανικής ALLIANZ αποτελεί σήμερα το μεγαλύτερο ασφαλιστικό συγκρότημα της Ευρώπης. Έχει ετήσια παραγωγή ασφαλιστρών που ξεπερνάει τα 4 τρισεκ. δραχμές, μετοχικό κεφάλαιο που η σημερινή χρηματιστηριακή αξία του φθάνει τα 5,5 τρισεκ. δραχμές και ελεύθερα και τεχνικά αποθέματα της τάξης των 16 τρισεκ. δραχμών. Εξάλλου, σύμφωνα με πρόσφατο δημοσίευμα των Financial Times, ανάμεσα στις 500 μεγαλύτερες επιχειρήσεις της Ευρώπης όλων των κατηγοριών, η ALLIANZ κατέχει από πλευράς αξίας κεφαλαιοποίησης την 4η θέση αμέσως μετά την Shell, την British Telecom και την BP.

**ΝΑΙ: SCOP LIFE: ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΗΣ SCOP LIFE. ΜΕ** έδρα την Καλαμάτα ιδρύθηκε Περιφερειακή Διεύθυνση Πελοποννήσου της εταιρίας με επικεφαλής τον έμπειρο ασφαλιστή κ. Α. Σαούτη.

«Ο κ. Σαούτης, με 18 χρόνια εμπειρία στις ασφαλίσεις ζωής, θα συμβάλει με το δυναμισμό του στην ανάπτυξη της SCOP LIFE στην Πελοπόννησο μέσα από την παροχή εξειδικευμένων και ποιοτικών ασφαλιστικών υπηρεσιών». Αυτό τόνισε στο μήνυμά του ο Διευθύνων Σύμβουλος και Γενικός Διευθυντής της SCOP LIFE κ. Χρ. Νικολάου.

Είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι για πρώτη φορά λειτουργεί στον ασφαλιστικό κλάδο μοντέλο ανάπτυξης των εργασιών στην Πελοπόννησο με έδρα την Καλαμάτα. Πρόκειται για ένα ακόμη δείγμα καινοτομίας που διαπνέει τη φιλοσοφία της SCOP LIFE.

**ΝΑΙ: ΟΙ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΟΙ ΔΙΕΥΘΥΝΤΕΣ ΚΑΙ ΑΣΦΑΛΙΣΤΕΣ ΤΩΝ ΥΠΟΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΤΗΣ ALICO. ΑΝΑΚΟΙΝΩΘΗΚΑΝ** πρόσφατα από την ALICO τα ονόματα των Διευθυντών υποκαταστημάτων οι οποίοι, με βάση τα παραγωγικά αποτελέσματα του 1990, αναδει-

κνύονται μέλη του Κύκλου Επιτυχημένων Διευθυντών Υποκαταστημάτων (Κ.Ε.Δ.Υ.) της εταιρίας.

Η ανάδειξη ενός Διευθυντή υποκαταστήματος της ALICO σαν μέλος του Κ.Ε.Δ.Υ. δεν έχει μόνον τον χαρακτήρα επιβράβευσης των προσπαθειών του. Οι συγκεκριμένοι Διευθυντές, με α-απο-δεδειγμένες ικανότητες και αναμφισβήτητη εμπειρία, είναι σε θέση να συνεισφέρουν αποτελεσματικά στη διαμόρφωση μιας φιλοσοφίας η οποία αποβλέπει στην περαιτέρω βελτίωση του επιπέδου των υπηρεσιών που προσφέρει η ALICO προς τους ασφαλισμένους της.

Μέλη του Κ.Ε.Δ.Υ. είναι οι ακόλουθοι Διευθυντές υποκαταστημάτων:

Π. Γεωργιάδης, Α. Δουλιγέρης, Μ. Δουλιγέρης, Γ. Ιορδανίδη, Ε. Μάρκογλου, Μ. Πιατόπουλο, Α. Σκουτέλη, Α. Χριστοδου-

λίδη.

Ο Αντιπρόεδρος Ευρώπης και Γενικός Διευθυντής της ALICO Ελλάδος κ. Α. Βασιλείου συνεχάρη τους πιο πάνω Διευθυντές για τις επιδόσεις τους κατά το 1990.

Παράλληλα, μαζί με τα επιτυχημένα αποτελέσματά τους παρότρυνε να εξακολουθήσουν να διαδραματίζουν τον ιδιαίτερα σημαντικό τους ρόλο σαν σύμβουλοι της Γενικής Διεύθυνσης πάνω σε θέματα πωλήσεων.

Εκτός από τα μέλη του Κ.Ε.Δ.Υ., η ALICO ανακοίνωσε επίσης τα ονόματα των μελών του Κύκλου Επιτυχημένων Ασφαλιστών (Κ.Ε.Α.) για το 1991. Πρόκειται για τους ασφαλιστές εταιρίας, οι οποίοι με την παραγωγή τους διακρίθηκαν κατά τη διάρκεια της περασμένης χρονιάς.

**Μέλη Κ.Ε.Α. 1991.**  
**Α. Πλήρη:**

Θ. Αναγνωστοπούλου, Α. Αναστασόπουλος, Π. Αντωνόπουλος, Α. Βαρδάκης, Π. Βουτρινάς, Α. Γεωργιάδης, Μ. Γρεκίδου, Α. Δελαρόκα, Α. Δεσούλας, Σ. Δουλιγέρης, Δ. Ιγνατίδης, Δ. Καστρινάκης, Ν. Κατράνης, Ε. Κεφαλοπούλου, Ρ. Κόκλα, Ο. Κολοκυθά, Α. Κολλιόπουλος, Ι. Κορυνάκης, Ι. Κούσσης, Β. Λαψάνη, Δ. Μεταλληνός, Κ. Μίσσας, Σ. Μούμουρη, Κ. Μπίτζης, Γ. Νικολοπούλου, Μ. Νιολάκης, Χ. Παπαδημητρίου, Ε. Παράσχος, Π. Παυλίδης, Γ. Πετρίδης, Ι. Σαρακηνός, Δ. Σεραφείμ, Ζ. Σούσης, Α. Σκόρδας, Ε. Σπανός, Δ. Σπυρόπουλος, Ν. Τελάλης, Μ. Τζαλιγόπουλος, Δ. Τσέτσος, Σ. Φυρογόνης.

Τα πλήρη μέλη με μαύρα γράμματα είναι ταυτόχρονα, σύμφωνα με τους κανονισμούς, και διακεκριμένα μέλη του Κ.Ε.Α.  
**Β. ΠΡΟΣΚΕΚΛΗΜΕΝΑ:**  
Α. Γαβαλάς, Ο. Παπαδοπούλου.

## Εφυγε...

*“Πίστευες και σεβόσουν το Θεό, Γιάννη. Εμείς οι συνάδελφοί σου δε θα σε ξεχάσουμε ποτέ”.*

Την Παρασκευή 22 Μάρτη η οικογένεια της ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΖΩΗΣ έχασε ένα αγαπητό συνάδελφο, ένα καταξιωμένο και έμπειρο στέλεχος της ασφαλιστικής αγοράς τον Γιάννη Τσιμπρή.

Ο Γιάννης Τσιμπρής ήταν Υποδιευθυντής στις Ομαδικές Ασφαλίσεις της εταιρίας.

Γεννήθηκε και σπούδασε στις Η.Π.Α. computer στο Πανεπ. του DELAWARE GRIS, Group Underwriting στο Health Insurance Association of American, Life Insurance στο LIFE OFFICE MANAGEMENT ASSOCIATION, Διοίκηση Ατόμων στο Blue Cross, συνταξιοδοτικά προγράμματα στην ALICO και πωλήσεις στο COUNSELLOR SELLING.

Εργάστηκε τόσο στο εξωτερικό, Ηνωμένες Πολιτείες -Blue Cross & A.I.G. όσο και στην Ελλάδα, στην ALICO, ΚΟΥΜΠΑ Α.Ε., CIGNA, GENERALI LIFE και στην ΑΓΡΟΤΙΚΗ ΖΩΗΣ.

Ως υπεύθυνο διευθυντικό στέλεχος συμμετείχε ως εκπρόσωπος της εκάστοτε εταιρίας σε πολλές διεθνείς συναντήσεις και ημερίδες τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Ήταν πατέρας δύο ανήλικων παιδιών της Βαρβάρας και της Ιωάννας.

Οι πολλοί φίλοι και συνάδελφοι που τον ακολούθησαν στην τελευταία του κατοικία.

κία στο Α΄ Νεκροταφείο δεν μπόρεσαν να μην δακρύσουν ακούοντας τον κ. Γιάννη Κοσμέα εκ μέρους της Διοίκησης και των συναδέλφων της εταιρίας στον ύστατο χαιρετισμό να λέει:

*«Αγαπητέ φίλε και συνάδελφε Γιάννη, Εκ μέρους της Διοίκησης της Αγροτικής Ζωής και των συναδέλφων σου, σου απευθύνω την ώρα αυτή τον τελευταίο χαιρετισμό μας.»*

*Μετά από τόσα χρόνια φιλίας και συνεργασίας μου είναι δύσκολο τούτη την ώρα να συνειδητοποιήσω το χαμό σου.*

*Ήσουν ένας θαυμάσιος συνάδελφος- φίλος και συνεργάτης. Κανείς δεν μπορεί να ξεχάσει το χαμόγελό σου και την προσήλωσή σου στις ανθρώπινες αξίες.*

*Υπήρξε για μας, που τις περισσότερες ώρες της ημέρας συνεργαζόμαστε για να προσφέρουμε στους συνανθρώπους μας μικρή ανακούφιση στα χτυπήματα της μοίρας, αγαπητός και μοναδικός συνεργάτης.*

*Η εταιρία μας αλλά και όλη η ασφαλιστική οικογένεια έχασε στο πρόσωπό σου όχι μόνο ένα αναντικατάστατο στέλεχος αλλά και ένα σημαντικό κεφάλαιο γνώσεων και εμπειρίας.*

*Είναι δύσκολο τούτη την ώρα η ανθρώπινη γλώσσα να μπορέσει να εκφράσει τον πόνο της καρδιάς.*



Ο Γιάννης Τσιμπρής

*Θυμόμαστε τη ζωντάνια σου και την ενεργητικότητά σου που τον τελευταίο χρόνο η αρρώστια τη φυλλορρόφησε σαν όμορφη μαργαρίτα.*

*Η ψυχική σου δύναμη και το κουράγιο σου στάθηκαν βράχος ακλόνητος στις δύσκολες μέρες που σημάδεψαν εσένα και την οικογένειά σου.*

*Πίστευες και σεβόσουν το Θεό, Γιάννη. Εμείς οι συνάδελφοί σου δε θα σε ξεχάσουμε ποτέ».*

Παραβρέθηκαν ο Δ/νων Σύμβουλος της Αγροτικής Ζωής κ. Μίχος, ο Αντιπρόεδρος και Αναπληρωτής Δ/νων Σύμβουλος κ. Κουτρούμπας, ο Δ/ντής Πωλήσεων και Μάρκετινγκ κ. Νίκος Δημαράς, ο πρώην Δ/νων Σύμβουλος κ. Χρήστος Παπαθανασίου, ο Ανδρέας Χουρδάκης Γενικός Δ/ντής της CIGNA, ο Ανδρέας Παπαδόπουλος Δ/ντής Πωλήσεων της GENERALI LIFE ο Σταύρος Γεωργίκο Δ/ντής Μηχανογράφησης της ALICO και πάρα πολλοί συνάδελφοι από την Αγροτική Ζωής και φίλοι.

## Ανακοίνωση

Το ΚΕΑΜΜΑ, μετά από διαβουλεύσεις και επαφές με εκπροσώπους του ασφαλιστικού κλάδου, ίδρυσε την **Ακαδημία Ασφαλιστικών, Τραπεζικών και Χρηματοπιστωτικών Σπουδών**, η εγκατάσταση της οποίας σε δικούς της χώρους θα ακολουθήσει προσεχώς.

Το ΚΕΑΜΜΑ είναι θυγατρικός οργανισμός του **Ινστιτούτου Μελέτης της Ελληνικής Οικονομίας (ΙΜΕΟ)** πρόεδρος του οποίου είναι ο καθηγητής **Μάριος Νικολινάκος**, που έχει την μορφή αστικής εταιρίας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

## ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΟΝΤΟΓΟΥΛΑΣ

Πρόεδρος στην «ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΙΣΤΗ»

Γνωστό τραπεζικό στέλεχος με πτυχίο πολιτικών και οικονομικών επιστημών στην Αθήνα και AMP/MBA στο INSEAD Fontainebleau στη Γαλλία, ο κ. Δ. Κοντογούλας διαθέτει πλούσια τραπεζική εμπειρία και έχει συνεργαστεί στην καριέρα του με την Εμπορική Τράπεζα, τη Citibank και τελευταία ως Σύμβουλος Διοικήσεως της Εθνικής Τράπεζας.

Συγκεκριμένα, στη διάρκεια της 25χρονης συνεργασίας του με τη Citibank, ο κ. Δ. Κοντογούλας διετέλεσε:

- \* Γενικός Διευθυντής του τομέα Ν. Δυτικής Σαουδικής Αραβίας στην Τζέντα.
- \* Συντονιστής προγράμματος εφαρμογής τραπεζικών εργασιών «Cosmos» στη Ζυρίχη.
- \* Αντιπρόεδρος - Υπεύθυνος τραπεζικών εργασιών για όλη την Ελλάδα.
- \* Αντιπρόεδρος - Επικεφαλής εργασιών για τη Γαλλία και το Μονακό, στο Παρίσι.
- \* Αντιπρόεδρος για όλη την Ελλάδα - Γενικός Διευθυντής τραπεζικών εργασιών ιδιωτών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων και πιστωτικών καρτών (Diners/Visa). Κατά την εκτέλεση των καθηκόντων του ο κ. Δημήτριος Κοντογούλας ειδικεύτηκε

στους τομείς:

- α) Καθορισμού και εφαρμογής στρατηγικής ανάπτυξης νέων προϊόντων για ιδιώτες και πιστωτικές κάρτες.
- β) Οργάνωσης δικτύου καταστημάτων με ειδικότητα σε πιστωτικά θέματα ιδιωτικών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων.
- γ) Καθορισμού και εφαρμογής προγραμμάτων πωλήσεων νέων τραπεζικών προϊόντων, όπως το Leasing, που απευθύνονται στο ευρύ κοινό καθώς και εφαρμογής στρατηγικής επεκτάσεως εργασιών και ανάπτυξεως νέων αγορών.
- δ) Οργάνωσης τμήματος διαχείρισεως διαθεσίμων σε εθνικά και ξένα νομίσματα και εφαρμογής προγραμμάτων οργανώσεως τμήματος προσωπικού και εκπαίδευσεως.
- ε) Σχεδιασμού και εφαρμογής συστημάτων ελέγχου κόστους και παραγωγικότητας.

Οι αρμοδιότητες του νέου Προέδρου της ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ αφορούν άμεσα στην εσωτερική οργάνωση εν όψει 1992 στις σχέσεις της εταιρίας με το εξωτερικό καθώς και στην εφαρμογή αναπτύ-



ξεως νέων προϊόντων και μελέτης αποδοτικότητας.

Η πολύπλευρη εμπειρία και οι εξειδικευμένες γνώσεις του κ. Δημ. Κοντογούλα στο σύγχρονο διεθνές πιστωτικό σύστημα είναι πολύτιμες για την εκπόνηση της στρατηγικής της ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΠΙΣΤΗΣ στα επόμενα χρόνια, παράλληλα με τη βελτίωση της εικόνας της εταιρίας.



## ΒΥΡΩΝ ΜΠΑΛΛΗΣ

Γεν. Διευθ. Οικονομικής Ανάπτυξης στην INTERAMERICAN

Ένα στέλεχος με πείρα στον όμιλο INTERAMERICAN ο κ. Βύρων Μπαλλής, μέχρι πρόσφατα Δ/νων Σύμβουλος της ΕΤΕΒΑ, ανέλαβε τη νευραλγική θέση του Γενικού Διευθυντή Οικονομικής Ανάπτυξης στον όμιλο της Interamerican.

«Η πλούσια εμπειρία του, η εγνωσμένη θεωρητική του κατάρτιση, οι διοικητικές ικανότητες και τα προσόντα του τεχνοκράτη που διαθέτει ο κ. Μπαλλής, αναμένεται να δώσουν νέα ώθηση στην ανάπτυξη του ομίλου μας», τόνισε ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος, Δημήτρης Κοντομηνάς, κατά την παρουσίαση του κ. Μπαλλή στα διοικητικά στελέχη.

Ο κ. Βύρων Μπαλλής γεννήθηκε στην Κωνσταντινούπολη το 1951.

Αποφοίτησε από τη Σχολή Νομικών και Οικονομικών Επιστημών του Πανεπιστημίου της Θεσσαλονίκης το 1973.

Συνέχισε τις σπουδές του στη Γαλλία με υποτροφία της γαλλικής κυβέρνησης και

απέκτησε το 1976 το δίπλωμα του Τρίτου Κύκλου (Masters Degree), στη Διεθνή Τραπεζική και στις Διεθνείς Χρηματοδοτήσεις.

Το 1979 ανακηρύχθηκε διδάκτωρ στις Οικονομικές Επιστήμες (Docteur d'Etat es Sciences Economiques). Από το 1976 έως το 1979 υπήρξε ερευνητής στο Γαλλικό Εθνικό Κέντρο Ερευνών (CNRS).

Από το 1979 μέχρι το 1989 διετέλεσε ανώτατο στέλεχος στον Οργανισμό Οικονομικής Συνεργασίας και Ανάπτυξεως, τον ΟΟΣΑ.

Ο κ. Μπαλλής υπήρξε σύμβουλος Ελληνικών και ξένων τραπεζικών ιδρυμάτων και επιχειρήσεων, πρόεδρος της Ελληνογαλλικής Τράπεζας Διεθνούς Εμπορίου και Ναυτιλίας, πρόεδρος της Ασφαλιστικής ΕΤΕΒΑ, της εταιρείας Επενδύσεων ΕΔΕΧ, της εταιρείας διαχειρίσεως των αμοιβαίων κεφαλαίων Δήλος και διευθύνων σύμβουλος της ΕΤΕΒΑ.



σπουδαιότεροι καταλυτικοί καταστροφείς του όζοντος, παράγονται από φυσικές αιτίες όπως η ηλιακή δραστηριότητα αλλά και η υπερθέρμανση του αέρα, που προκαλείται από τις στρατοσφαιρικές πτήσεις των υπερηχητικών αεροπλάνων (CONCORDE - TUPOLEN - 144), μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία μεγάλης ποσότητας ΝΟ σε ύψος 20 χιλιομέτρων.

Στην συγκεκριμένη όμως περιοχή της «τρύπας» του όζοντος στην Ανταρκτική οι μετρήσεις του ΝΟ έδωσαν τις χαμηλότερες τιμές που έχουν μέχρι σήμερα καταγραφεί. Ακόμη οι μεταβολές θα έπρεπε να εμφανισθούν σε πολύ μεγαλύτερα ύψη από 20 χιλιόμετρα ενώ εδώ είναι μεταξύ 12 και 20 χιλιομέτρα.

Η «τρύπα» δεν δικαιολογείται ούτε με την ιδιαίτερη ατμοσφαιρική δυναμική της περιοχής της Ανταρκτικής.

Αποκλείοντας όμως την δυναμική και την ηλιακή θεωρία αφήνουμε τις φυσικές αιτίες για να στραφούμε στην ανθρώπινη βεβήλωση.

Στις καταλυτικές αντιδράσεις καταστροφής του όζοντος παίρνουν ακόμη μέρος τα χλώριο (Cl) και βρώμιο (Br). Ο εμπλουτισμός της ατμόσφαιρας με χλώριο γίνεται με την φωτοδιάσπαση στην στρατόσφαιρα ενώσεων όπως CF<sub>2</sub> Cl<sub>2</sub> CFCI<sub>3</sub> που με την εμπορική ονομασία FREONS είναι σε μεγάλη χρήση στη βιομηχανία κυρίως, σαν προωθητικά σε δοχεία ψεκασμού (σπρέϊ; σχήμα 2) οπότε διαφεύγουν στην ατμόσφαιρα μαζί με το επιθυμητό προϊόν. Σε συσκευασία σπρέϊ (αερόλυμα) κυκλοφορούν σήμερα πάμπολλα προϊόντα καθημερινής χρήσεως (απορρυ-

παντικά, βαφές, καλλυντικά κ.π.ά.).

Άφλεκτα και πολύ λίγο τοξικά τα φρεόνς χρησιμοποιούνται ακόμη στα ψυκτικά αέρια των ηλεκτρικών ψυγείων και σαν διαλυτικά. Είναι αδιάλυτα στο

### ΟΙ ΑΡΧΕΣ ΜΑΣ

— Οι σχέσεις του ανθρώπου με τη φύση πρέπει να είναι αρμονικές, μέλημα δε του ανθρώπου πρέπει να είναι η προστασία της φύσης και η διατήρηση της οικολογικής ισορροπίας στο έμβιο και άβιο τμήμα των οικοσυστημάτων.

— Αυτός που καταναλώνει και ρυπαίνει το φυσικό περιβάλλον πληρώνει για την κατανάλωση και για την αποκατάστασή του.

— Η ανάπτυξη να στηρίζεται σε παραγωγικές μονάδες μικρής κλίμακας με ήπια προσαρμοσμένη τεχνολογία, εντάσεως κεφαλαίου ή εργασίας κατά περίπτωση. Οι μονάδες αυτές να είναι αποκεντρωμένες και αυτοδιαχειριζόμενες.

Η παραγωγή να προσανατολιστεί σε προϊόντα μεγάλης διάρκειας ζωής (αυτοκίνητα, ηλεκτρικές συσκευές κ.λπ.) και να δοθεί έμφαση στην παραγωγή αγαθών-μέσων συλλογικής χρήσης (μέσα μαζικής μεταφοράς κ.λπ.).

— Να αξιοποιηθούν και να υποστούν εκμετάλλευση οι ήπιες και ανανεώσιμες πηγές ενέργειας (ήλιος, αέρας, γεωθερμία κ.λπ.).



Του Κ. Μητρόπουλου από τα «ΝΕΑ»

νερό. Έτσι εκσφενδονιζόμενα ανεβαίνουν στην στρατόσφαιρα και από εκεί διαχέονται στους πόλους όπου ελευθερώνουν το χλώριο, που παίρνει μέρος στις καταλυτικές αντιδράσεις καταστροφής του όζοντος.

Βέβαια το θέμα δεν είναι απλό. Θα χρειαστεί πολύς ακόμη χρόνος επεξεργασίας των παρατηρήσεων και των μετρήσεων. Αλλά η απαίτηση για μείωση της παραγωγής των FREONS είναι έντονη ανάμεσα στις μεγάλες βιομηχανικές χώρες, όσο και η κατανόηση της αλόγιστης και συχνά περιττής χρήσης των πάσης φύσεως αεροζόλς στο επίπεδο του καταναλωτή.

γ) Σημασία του όζοντος

Το στρώμα του όζοντος είναι ένα προστατευτικό φίλτρο που απορροφά έντονα την υπεριώδη ακτινοβολία του ήλιου, από 2000-3000 Å, προφυλάσσοντας τους ζώντες οργανισμούς από ασθένειες (καρκίνο του δέρματος τύφλωση, θάνατο). Το ίδιο συντελεί και στην θερμική ισορροπία της ατμόσφαιρας.

Έτσι οποιεσδήποτε ανθρωπογενείς επιδράσεις στο όζον της μέσης και κατώτερης στρατόσφαιρας, επειδή διατηρούνται για πάρα πολλά χρόνια θα δημιουργήσουν τραγικά οικολογικά προβλήματα.

Το όζον στις μεγάλες πόλεις μπορεί να παραχθεί πολύ κοντά στο έδαφος από την φωτόλυση του διοξειδίου του αζώτου (NO<sub>2</sub>) —πρωταρχικού προϊόντος των εξατμίσεων των μηχανών εσωτερικής καύσεως—. Εδώ το όζον είναι δείκτης της ρύπανσης των αστικών περιοχών και προκαλεί βλάβες στην όραση και στην αναπνοή.

#### ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Το σήμα κινδύνου από την Ανταρκτική φανερώνει μια άλλη πλευρά του Οικολογικού προβλήματος που φούντωσε υπερβολικά στη μετα-βιομηχανική σύγχρονη εποχή. Ο σημερινός άνθρωπος —μετά το δυστύχημα του Τσερνομπίλ— ζει στην απειλή ενός «οικολογικού θανάτου» και μιας «παγκόσμιας αυτοκτονίας» (5).

Η απειλή αύξησε βέβαια την ευαισθησία απέναντι στην κάθε είδους καταστροφή του φυσικού περιβάλλοντος. Αύξησε στην συνέχεια και την εκμετάλλευση της ευαισθησίας από κινήματα που μονοπωλούν την ανάπτυξη της Οικολογίας σήμερα, που θεωρείται δικαιολογημένα η πιο μοντέρνα ανθρωπιστική επιστήμη. Αλλά η πρώτη οικολογικής φύσεως οδηγία δόθηκε στον άνθρωπο από τον δημιουργό του, στον θαυμαστό κήπο της Εδέμ, με το «εργάζεσθαι αυτόν και φυλάσσειν» (Γεν. Β' 15).

Αυτή η οδηγία παραμένει και σήμερα μοναδικής σημασίας. Η «υπεύθυνη», δηλαδή, «κυριαρχικότητα» του ανθρώπου στο φυσικό περιβάλλον με σοφία και οικονομία. Άλλωστε η οικονομία, η φροντίδα δηλαδή για τα του οίκου, είναι ουσιαστικά ταυτόσημη με την έννοια της οικολογίας (5).

Έτσι η λύση δεν είναι η άρνηση του πολιτισμού



Θα συνεχίσει η νέα γενιά να πολεμά τον εαυτό της;

αλλά η άρνηση της άμετρης παραγωγής, της λατρείας του κέρδους και της άπληστης κατανάλωσης.

Η άρνηση της απατηλής, όλο και περισσότερης ευκολίας και της υποδούλωσης στο εμπορικό σλόγκαν: «πετάξτε το μετά τη χρήση».

Αντίθετα η ελευθερία της αυτάρκειας (Α' Τιμ. στ' 8), η αποδοχή ενός είδους «οικολογικού ασκητισμού», θα μας απάλλαξε από αθεράπευτες τύψεις και θα μας αποδείκνυε ανθρώπους που γνωρίζουν τη σημασία του φυσικού περιβάλλοντος στην όλη ανάπτυξη και πρόοδο, όχι με μια απλή φυσιολατρική στάση αλλά με την δίκαιη αναγνώριση ότι η φύση «συμμετέχει στην ιστορία του κόσμου» και «συστενάζει

και συνωδίνει άχρι του νυν» (Ρωμ. η' 19-22).

#### ΣΗΜΕΙΩΣΕΙΣ:

1. TOMS: Total Ozone Mapping System = Σύστημα χαρτογράφησης ολικού όζοντος.
2. Περιοδ. Sciences et Avenir, No 278, σελ. 24.
3. Χ. Σ. ΖΕΡΕΦΟΣ, Καθηγητού Α.Π.Θ., «Μαθήματα Φυσικής της Ατμόσφαιρας και φυσικής περιβάλλοντος», σελ. 132.
4. Πρακτικά Β' Πανελληνίου Συνεδρίου Φυσικής, Μυτιλήνη 1980, σελ. 220.
5. Ευθυμίου Κ. Στύλιου, Επισκόπου - Αχελώου: «Ο άνθρωπος και το φυσικό περιβάλλον. Η Χριστιανική άποψη για το οικολογικό Πρόβλημα».

Δ□

## Μέρα Ελπίδας

Η 22Α Απριλίου είναι η «Ημέρα Γης», ημέρα αφιερωμένη στη σωτηρία του πλανήτη. Κάθε χώρα, κάθε πολη, κάθε γειτονιά, κάθε σχολείο θα πρέπει να βρη τη φωνή για την διατήρηση του περιβάλλοντος και της ζωής στον πλανήτη.

Η Ημέρα της Γης οργανώθηκε αρχικά το 1970 με τη συμμετοχή 20 εκατομμυρίων ανθρώπων και αποτελεί μέχρι και σήμερα τη μεγαλύτερη διαμαρτυρία που έγινε ποτέ στην ιστορία. Αποτέλεσμα της αρχικής διοργάνωσης ήταν η ενίσχυση του νομοθετικού πλαισίου για την προστασία του περιβάλλοντος και η ευαισθητοποίηση εκατομμυρίων ανθρώπων.

#### Οι ανοικτές πληγές του πλανήτη

ΚΑΤΑΣΤΡΟΦΗ ΤΩΝ ΔΑΣΩΝ. Κάθε δευτερόλεπτο κατα-

στρέφεται ένα κομμάτι του «πνεύμονα της γης», του παρθένου αμαζονιακού δάσους, όσο οι διαστάσεις ενός ποδοσφαιρικού γηπέδου. Η όξινη βροχή στη Βόρεια Ευρώπη και Βόρεια Αμερική, καθώς και οι πυρκαγιές στις μεσογειακές χώρες έρχονται να συμπληρώσουν την εικόνα της καταστροφής.

ΡΥΠΑΝΣΗ ΤΩΝ ΝΕΡΩΝ. Κρίσιμη χαρακτηρίζεται η κατάσταση των θαλασσών. Οι ένοχοι; Η γεωργία, με τα λιπάσματα, η βιομηχανία με τα απόβλητα και οι κατοικίες με τα λύματα. Τέλος, τα φυτοφάρμακα και τα ζιζανιοκτόνα έχουν μολύνει τα υδροφόρα κοιτάσματα με αποτέλεσμα να μειωθεί η ποσότητα των πόσιμων νερών.

ΤΑ ΣΤΕΡΕΑ ΑΠΟΒΛΗΤΑ. Ο όγκος των ενοχλητικών αποβλήτων θα μπορούσε να γεμίσει σήμερα 28 εκατομμύρια

βαγόνια! Αύριο ακόμη περισσότερα. Τριακόσιες περιοχές στην Ευρώπη και την Αμερική όπου απορρίπτονται τοξικά και πυρηνικά απόβλητα, εμφανίζουν δείκτες υψηλής επικινδυνότητας. Επίσης στις χωματερές δεν τηρούνται οι στοιχειώδεις προδιαγραφές υγειονομικής ταφής.

ΤΟ ΦΑΙΝΟΜΕΝΟ ΤΟΥ ΘΕΡΜΟΚΗΠΙΟΥ. Ορισμένοι ρύποι όπως το διοξείδιο του άνθρακα ενεργούν όπως τα πλαστικά ενός θερμοκηπίου. Επιτρέπουν δηλαδή την είσοδο των ηλιακών ακτίνων, αλλά εμποδίζουν την έξοδο της θερμότητας. Αυτό το θερμικό φράγμα έχει ήδη αλλάξει το κλίμα της γης.

ΑΤΜΟΣΦΑΙΡΙΚΗ ΡΥΠΑΝΣΗ. Δισεκατομμύρια τόνοι ρύπων εκπέμπονται κάθε χρόνο στην ατμόσφαιρα. Όλοι αυτοί οι ρύποι δεν χάνονται στον ουρανό, αλλά αφού προκαλέσουν ασφυξία στις πόλεις και επιδεινώσουν το «φαινόμενο

του θερμοκηπίου», ξαναπέφτουν στη γη με τη μορφή της όξινης βροχής.

Η ΤΡΥΠΑ ΤΟΥ ΟΖΟΝΤΟΣ. Το στρώμα του όζοντος της στρατόσφαιρας που προστατεύει τη γη από τις υπεριώδεις ακτίνες, υφίσταται μια «χημική σφαγή». Οι χλωροφθορίουχοι άνθρακες που απελευθερώνονται από τα αεροζόλ, τις κλιματιστικές συσκευές κ.ά. ταξιδεύουν στη στρατόσφαιρα και δημιουργούν τρύπες στο στρώμα του όζοντος.

ΠΛΗΘΥΣΜΙΑΚΗ ΕΚΡΗΞΗ. Οι αριθμοί δεν θα προκαλούσαν ανησυχία, αν η ανθρώπινη επέμβαση πάνω στη φύση ήταν ορθολογική. Έτσι με την συνεχιζόμενη επέκταση της ερήμου σε καλλιεργήσιμες σήμερα εκτάσεις, υπολογίζεται ότι το 2000, 64 χώρες — κυρίως της Αφρικής — δεν θα μπορούν να θρέψουν τους κατοίκους τους.

# Aah!



• Η ΣΩΣΤΗ ΜΕΘΟΔΟΣ

## Νέος οδηγός εξευρέσεως πελατών

Όπως άλλα αποτελέσματα έχουν οι ψαράδες όταν ψαρεύουν με αγκίστρι και καλάμι και άλλα όταν ψαρεύουν με δίχτυα, έτσι και οι ασφαλιστές πρέπει να μάθουν διάφορους τρόπους εξευρέσεως πελατών για να έχουν αποτελέσματα.

Πολλοί ασφαλιστές ξεκινάνε πουλώντας ασφάλειες σε συγγενείς και κάποιο φίλο κάνουν κάτι και μετά σταματάνε από έλλειψη πελατών. Μοιάζουν με καλά αυτοκίνητα, μοντέλα τελευταίου τύπου που δεν μπορούν να κυλήσουν από έλλειψη βενζίνης. Ακόμη το χειρότερο, πολλοί Managers αφήνουν τους ασφαλιστές τους χωρίς μέθοδο εξευρέσεως πελατών.

Έτσι βλέπουμε νέους ασφαλιστές να σέρνονται και να τριγυρνάνε ζητιανεύοντας πόρτα - πόρτα κάποιο ραντεβού με άθλιες συνθήκες, χωρίς συγκατάθεση, χωρίς προποθέσεις ισοτιμίας και φυσικά χωρίς αποτελέσματα. Η επιτυχία στηρίζεται στη μέθοδο εξευρέσεως πελατών και φυσικά στην εκπαίδευση των τρόπων εξευρέσεως πελατών.

Το **ΝΑΙ** ξεκινάει από αυτό το τεύχος μια συνολική τοποθέτηση πάνω στο θέμα «εξεύρεση πελατών», θα περιγράψουμε

τους τρόπους, θα συνεχίσουμε και στο επόμενο με ανάλυση θεωρίας και πρακτικής του καθενός ξεχωριστά και θα εφοδιάσουμε τους συναδέλφους μας μ' ένα πρακτικό οδηγό για εκπαίδευση αυτών που είναι ή μπαίνουν τώρα στο επάγγελμα.

Ακόμα, θα δημοσιεύσουμε (αρχίζοντας από το επόμενο τεύχος) και τις γνώμες επιτυχημένων ασφαλιστών και τη μέθοδο που τους έκανε επιτυχημένους.

Επιγραμματικά θα αναλυθούν οι παρακάτω τρόποι εξευρέσεως πελατών:

1. Εξεύρεση πελατών με συστάσεις.
2. Εξεύρεση πελατών με FAX.
3. » » πόρτα-πόρτα (door to door).
4. » » μέσω προσωπικών γνωριμιών - συγγενών.
5. » » μέσω αλληλογραφίας.
6. » » μέσω τηλεφώνου.
7. » » μέσω κέντρων επιρροής.
8. » » από τους ήδη υπάρχοντες πελάτες.
9. » » με συγκεκριμένη αγορά (Target Marketing).
10. Παράλληλες πωλήσεις προϊόντων.
11. Ομαδικές ενημερώσεις - ομιλίες - αγγελίες - εκθέσεις.

## Εξεύρεση πελατών

Πριν γίνει ανάλυση του κάθε τρόπου είναι απαραίτητο να δούμε το όλο θέμα γενικά.

Έχετε προσπαθήσει ποτέ να πάρετε μια σφαιρική εικόνα του θέματος εξευρέσεως υποψηφίων πελατών. Ένα λειτουργικό σύστημα εξευρέσεως πελατών; Παραθέτουμε το περίγραμμα εξευρέσεως υποψηφίων πελατών ενός επιτυχημένου ασφαλιστή.

### I. Συνθήκες στην εξεύρεση υποψηφίων πελατών.

A. Πάρτε ονόματα των ανθρώπων: Από προσωπική παρατήρηση, προσωπικές γνωριμίες, υπάρχοντες πελάτες σας, κέντρα επιρροής, συστάσεις, εφημερίδες, door-to door.

B. Αξιολογήστε αυτούς τους ανθρώπους: Αποφασίστε αν είναι ο τύπος των υποψηφίων πελατών που επιθυμείτε.

Γ. Καταγράψτε αυτές τις πληροφορίες: Χρησιμοποιείτε ένα σύστημα καταγραφής αυτών των επαφών.

Δ. Πάρτε συστάσεις γι' αυτούς τους ανθρώπους: Συναντηθείτε κάτω από τις καλύτερες συνθήκες - προσωπική σύσταση, συστατική επιστολή ή κάρτα.

### II Τι συγκεκριμένες ανάγκες έχει ο υποψήφιος πελάτης; Οι αλλαγές καταστάσεων δημιουργούν αλλαγές στις ανάγκες.

- A. Αυξημένες οικογενειακές ευθύνες
- B. Αυξημένες επαγγελματικές ευθύνες
- Γ. Αύξηση προσωπικού εισοδήματος
- Δ. Αύξηση του εισοδήματος από την εργασία

### III. Καλλιεργήστε τις σχέσεις σας με τους υπάρχοντες πελάτες σας.

- A. Είναι καλή πηγή για νέα εργασία
- B. Έχετε υποχρέωση να τους παρέχετε Service
- Γ. Είναι η καλύτερη πηγή για περισσότερους υποψήφιους πελάτες.

### IV. Άνθρωποι τους οποίους γνωρίζετε

- A. Άνθρωποι με τους οποίους έχετε χρηματικές συναλλαγές.
- B. Επαγγελματίες
- Γ. Ενορία, σύλλογοι κ.λπ.
- Δ. Άνθρωποι με τους οποίους έχετε κοινωνικές επαφές
- E. Φίλοι από το σχολείο
- ΣΤ. Γνωστοί από την προηγούμενη εργασία

- Z. Συγγενείς
- H. Γνωριμίες της συζύγου σας
- Θ. Γνωστοί από την στρατιωτική θητεία σας.

### V. Αρχείο Υποψηφίων Πελατών

- A. Μηνιαίες υπενθυμίσεις
- B. Αλφαβητικό τμήμα: για κάρτες υποψηφίων πελατών που δεν έχουν προγραμματισθεί ακόμη για κάποια συγκεκριμένο μήνα.
- Γ. Αρχείο πελατών: αλφαβητικό
- Δ. Φάκελλος αλλαγής ηλικίας

### VI. Πρόγραμμα επί Εβδομαδιαίας Βάσεως: Καταγράψτε ονόματα ανθρώπων που θα επισκεφθείτε κάθε μέρα της εβδομάδας.

VII. Αναπτύξτε κέντρα επιρροής: Από τον αρχικό κατάλογο υποψηφίων πελατών, επιλέξτε αυτούς που θα μπορούσαν να είναι φυσικά κέντρα επιρροής. Θα πρέπει να έχουν τις παρακάτω βασικές προϋποθέσεις:

- A. Θα πρέπει να σας ξέρουν προσωπικά
- 1. Ευχαριστημένος πελάτης
- 2. Πρόθυμος να βοηθήσει
- B. Πρέπει να έχει εμπιστοσύνη στην αξιοπιστία και τις ικανότητές σας.
- Γ. Πρέπει να έχει επαφές με τον τύπο των ανθρώπων με τους οποίους θέλετε να εργασθείτε.
- Δ. Θα πρέπει να έχουν επιρροή.

### VIII. Πάρτε συστάσεις

- A. Ζητήστε από το κέντρο να γράψει μια σημείωση στο πίσω μέρος της επαγγελματικής σας κάρτας
- B. Ζητήστε από το κέντρο να γράψει ένα μικρό γράμμα συστήνοντάς σας.
- Γ. Ζητήστε από το κέντρο να τηλεφωνήσει στον υποψήφιο πελάτη.

### IX. Πάντα δείχνετε την εκτίμησή σας

- A. Στέλνετε κάρτες στις ονομαστικές εορτές και τα Χριστούγεννα.
- B. Ενημερώνετε το κέντρο επιρροής για την πρόδοό σας.

(Η συνέχεια στο επόμενο τεύχος)

## Οι εφημερίδες δεν είναι να τυλίγουμε ψάρια...

Ονόματα από εφημερίδες για εξεύρεση πελατών

Οι εφημερίδες είναι μια πηγή ονομάτων για τους ασφαλιστές ζωής, αλλά δεν είναι πάντα τα ονόματα αυτά υποψήφιοι πελάτες. Πριν αρχίσουμε να συζητάμε την αξία της αναζήτησης μέσω της εφημερίδας, πρέπει να λάβουμε υπόψη δύο αρνητικούς παράγοντες: Πρώτον, οι εφημερίδες δεν φέρνουν πραγματικούς υποψήφιους πελάτες. Ένα όνομα στην εφημερίδα δεν είναι παρά μια αυτοσχέδια βολή: όχι το είδος του υποψήφιου πελάτη που θα πλησιάσεις με πεποίθηση. Δεύτερον, είναι ότι κάθε άλλος ασφαλιστής στην πόλη έχει δει αυτά τα ονόματα και έχει ήδη τηλεφωνήσει, επισκεφτεί, ή τους έχει ήδηβάλει στην λίστα του.

Παρά το γεγονός των αρνητικών παραγόντων, πρέπει να καταλάβεις ότι μπορείς να χρησιμοποιήσεις την εφημερίδα έξυπνα για να ανακαλύψεις υποψήφιους πελάτες.

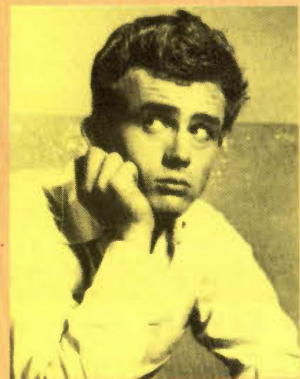
Εδώ σου δίνουμε μια λίστα ονομάτων διαθέσιμα από τις εφημερίδες και τον τύπο: 1. Γεννήσεις 2. Άδειες οικοδομών 3. Αλλαγές στη διοίκηση των εταιριών 4. Αλλαγές στις θέσεις 5. Εταιρίες στις οποίες ανατέθηκαν μεγάλες δουλειές 6. Συνεισφορές σε διάφορες φιλανθρωπίες 7. Αρραβώνες 8. Κληρονόμοι 9. Ανακοινώσεις συγχώνευσης 10. Δραστηριότητες ιδρυμάτων (εκκλησίες, σχολεία, νοσοκομεία κ.λπ.) 11. Λίστα αποφοίτων μελών από όλα τα είδη των σχολείων 12. Ανακοινώσεις γάμων 13. Άνθρωποι που κερδίζουν δίκες 14. Πολιτικοί διορισμοί 15. Επικυρώσεις διαθηκών 16. Άνθρωποι νέοι στην κοινότητα 17. Προαγωγές 18. Μεταφορές κτηματικής περιουσίας 19. Συγγενείς που αναφέρονται σε σημειώματα θανάτου 20. Αυξήσεις μισθών 21. Κοινωνικά θέματα 22. Επιτυχημένοι επαγγελματίες αθλητές 23. Άνθρωποι που φεύγουν σε εκτεταμένα ταξίδια.

## ΔΙΑΒΑΣΤΕ - ΧΑΡΗΤΕ ΚΑΙ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ "ΝΑΙ"

Κυκλοφορεί 1η ΙΟΥΛΙΟΥ 1991

Το περιοδικό που κατέκτησε την  
πρώτη θέση στις καρδιές  
των ασφαλιστών!

**ΝΑΙ!** το περιοδικό  
που συμβουλευόμαστε  
οι επιτυχημένοι και όσοι  
ενδιαφέρονται για τους επιτυχημένους!



**Γιατί νοιώθουν  
φόβο  
οι ασφαλιστές;**



**Τα αρπαχτικά  
της Ελληνικής  
Ασφ. Αγοράς**

**ακόμα**

\* Συμβουλές για αποτελεσματικές συναντήσεις! \* Η υποκίνηση των εργαζομένων \* 10  
καυτά ερωτήματα στους Managers \* Τα κενά των κοινωνικών Ταμείων και οι Ασφαλιστές \*  
Ο Πολυρολισμός της Γυναίκας Ασφαλίστριας \* Αμοιβαία κεφάλαια και Ασφ. Σύμβουλοι  
\* Νέα από την LIMRA κ.ά...

**και**

**ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΕΣ ΕΙΔΗΣΕΙΣ, ΘΕΜΑΤΑ ΨΥΧΟΛΟΓΙΑΣ - ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ - SERVICE - ΕΞΕΥΡΕΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ**

### ΑΝΕΞΑΡΤΗΤΟ ΔΙΜΗΝΙΑΙΟ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ ΤΟΥ ΣΥΓΧΡΟΝΟΥ ΑΣΦΑΛΙΣΤΗ

**ΙΔΙΟΚΤΗΤΗΣ - ΕΚΔΟΤΗΣ:** ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ Γ. ΣΠΥΡΟΥ (κατοικία: Προμηθέως 11 - Μαρούσι 151 26 FAX: 3221525)  
**ΣΥΝΤΑΞΗ:** ΕΥΑΓ. Γ. ΣΠΥΡΟΥ Manager ασφαλιστών (Όθωνος 6 - Αθήνα 105 57 - ΤΗΛ.: 3229973-8067181 -  
ΕΔΡΑ: Προφ. Ηλία 13 - Αγία Παρασκευή Α.Φ.Μ. 19581649) **ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ - ΕΠΙΤΑΓΕΣ:** ΕΥΑΓ. Γ. ΣΠΥΡΟΥ  
(Όθωνος 6 - Αθήνα 105 57 - ΤΗΛ.: 3229973-8067181 FAX: 3221525)  
**ΤΙΜΗ ΤΕΥΧΟΥΣ ΔΡΧ. 700 - ΕΤΗΣΙΑ ΣΥΝΔΡΟΜΗ:** Ασφαλιστές: 4.000 δρχ. - Εταιρίες-Οργανισμοί: 15.000 δρχ. -  
Φοιτητές: 2.000 δρχ. **ΑΡΙΘΜ. ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ ΕΘΝ. ΤΡΑΠΕΖΑΣ ΕΛΛΑΔΟΣ ΓΙΑ ΠΛΗΡΩΜΗ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ:**  
51342181/104 **ΥΠΕΥΘΥΝΟΙ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΔΡΟΜΩΝ:** ΑΛΕΞΗΣ ΔΕΡΒΕΝΤΖΑΣ - ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΜΑΝΤΖΟΥΡΑΝΗ  
ΤΗΛ.: 3229973 **ΕΙΔΙΚΟΙ ΜΟΝΙΜΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ:** ΝΙΚ. ΠΑΠΠΑΣ (Θέματα εκπαίδευσης μανάτζμεντ - μάρκετινγκ ζωής)  
ΑΝΔΡΕΑΣ Κ. ΤΣΩΚΟΣ (ειδικός δικηγόρος ασφαλιστικών θεμάτων ΤΗΛ.: 3601623-6535690) **ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ -**  
**ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ:** ΚΩΣΤΑΣ ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ, Ph.D. (οικονομολόγος - καθηγητής ΑΣΟΕΕ επενδύσεις-αμοιβαία  
κεφάλαια ΤΗΛ.: 6399384-5228912) **ΙΑΤΡΙΚΑ ΘΕΜΑΤΑ:** ΔΗΜ. ΛΙΝΟΣ, (ιατρός καθηγητής παν/μίου Αθηνών - Βασ.  
Σοφίας 110 - ΤΗΛ.: 7771023) **ΚΑΛΛΙΤΕΧΝΙΚΗ ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:** Β. ΣΕΡΦΙΩΤΗΣ **ΦΩΤΟΣΥΝΘΕΣΗ:** ΧΑΡ. ΠΑΝΟΣ ΤΗΛ.:  
3645361 - FAX: 3602435 **ΦΙΛΜΣ ΜΟΝΤΑΖ:** ΓΡΑΦΩΣ, (Ερρασού 12, ΤΗΛ.: 3636288) **ΕΚΤΥΠΩΣΗ:** ΙΝΤΕΡΤΥΠ Α.Ε. (Λ.  
Βουλαγαμένης 429, Ηλιούπολη - ΤΗΛ.: 9933033)  
ΤΑ ΕΠΩΝΥΜΑ ΑΡΘΡΑ ΕΚΦΡΑΖΟΥΝ ΘΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΩΝ ΚΑΙ ΟΧΙ ΤΟΥ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ «ΝΑΙ»



## 9 τρισεκατομμύρια κεφάλαια και αποθεματικά, στη γλώσσα των αριθμών σημαίνει Nationale-Nederlanden.

Με 9 τρισεκατομμύρια δρχ. κεφάλαια και αποθεματικά σε όλο τον κόσμο, εκατομμύρια ασφαλισμένοι στη Nationale-Nederlanden νιώθουν ασφάλεια στη ζωή τους! Σ' αυτό το ιλιγγιώδες ποσό, προσθέστε περισσότερες από 700 εταιρίες σε όλο τον κόσμο. Για την Ελλάδα, συνυπολογίστε 8,5 δισεκατομμύρια δραχμές σε ασφάλιστρα και 65% ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης το 1990... Είναι φανερό ότι η γλώσσα των αριθμών εξηγεί καλύτερα πού οφείλεται η απίστευτη ανοδική πορεία της Nationale-Nederlanden στην Ελλάδα, όπως και σε όλο τον κόσμο.



**Nationale-Nederlanden**

**εγγύηση για το παρόν και το μέλλον**

ΚΕΦΑΛΑΙΑ ΚΑΙ ΑΠΟΘΕΜΑΤΙΚΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΤΗΣ NATIONALE-NEDERLANDEN 9 ΤΡΙΣΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ ΔΡΧ.

**ΟΠΟΥ ΚΙ ΑΝ ΕΙΣΤΕ, Ο,ΤΙ ΚΙ ΑΝ ΣΥΜΒΕΙ**

**Κ Α Λ Ε Σ Τ Ε**

# **ΒΟΗΘΕΙΑ**

## **INTERASSISTANCE**

Και θα βρεθούμε αμέσως κοντά σας, οπουδήποτε χρειαστεί, ο,τιδήποτε απρόβλεπτο κι αν σας συμβεί. Γιατί η INTERASSISTANCE,

ο διεθνής οργανισμός με την παγκόσμια εμβέλεια, που διαθέτει δίκτυο με μακρόχρονη πείρα και αναγνωρισμένη προσφορά σε 140 χώρες, είναι τώρα στη διάθεσή σας και στην Ελλάδα! Αποκλειστικός σκοπός της INTERASSISTANCE

είναι η παροχή άμεσης και ολοκληρωμένης βοήθειας στα μέλη της όπου κι αν βρίσκονται, μακριά από το σπίτι τους, για ό,τι απρόβλεπτο κι αν συμβεί, από άκρη σε άκρη στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο.

Η INTERASSISTANCE είναι 24 ώρες το 24ωρο στη διάθεσή σας, με τα πιο σύγχρονα μέσα, ασθενοφόρα, ελικόπτερα, αυτοκίνητα,

αεροπλάνα, επανδρωμένα με άρτια εκπαιδευμένο και έμπειρο προσωπικό. Γιατρούς, νοσοκόμους, συνοδούς κ.α.

Με ένα τηλεφώνημα στον αριθμό 168 ή στο 9430401 η INTERASSISTANCE βρίσκεται κοντά σας και σας βοηθάει να αντιμετωπίσετε τις δύσκολες καταστάσεις άμεσα και αποτελεσματικά. Η INTERASSISTANCE σας εφοδιάζει με ειδική προσωπική κάρτα, την οποία πρέπει να έχετε πάντοτε μαζί σας. Η κάλυψη της INTERASSISTANCE περιλαμβάνει ΔΩΡΕΑΝ όλα τα εξαρτώμενα μέλη της οικογένειας του ασφαλισμένου.

Όπου κι αν είστε, ό,τι κι αν σας συμβεί καλέστε ΑΜΕΣΗ ΒΟΗΘΕΙΑ INTERASSISTANCE! Θα βρεθούμε αμέσως κοντά σας.



# **INTERASSISTANCE**

**Δ Ι Ε Θ Ν Η Σ Α Μ Ε Σ Η Β Ο Η Θ Ε Ι Α**

***...και στην άκρη του κόσμου!***