

Stąpając po pewnym lodzie

Ubezpieczeniowa jazda obowiązkowa

Rozmowa z Markiem Kaliszkiem,
Prezesem Zarządu Mentor SA



Dla znajomych jest pan nie tylko prezesem brokera ubezpieczeniowego Mentor, ale także miłośnikiem łyżwiarstwa figurowego. Od lat cała pana rodzina żyje tym sportem. Skąd fascynacja tą mało popularną w naszym kraju dyscypliną?

Człowiek nie żyje samym biznesem. Biznesmeni, myśląc o hobby i wolnym czasie, często mówią o rodzinie i domu. Moja rodzina żyje łyżwiarstwem figurowym. Czworko dzieci od 11 lat trenuje tę dyscyplinę. Jest ona ich wielką pasją. Cztery lata temu na mojej drodze „sportowej” dane im było rozpocząć współpracę z Dorotą i Mariuszem Siudkami, a rok później z Sylwią Nowak-Trębacką. To najlepsi polscy łyżwiarze ostatnich 20 lat, medaliści mistrzostw świata i Europy seniorów i juniorów, a na dodatek wspaniali ludzie. Są dla moich dzieci wielkimi autorytetami. Ja z kolei starałem się jak najwięcej wolnego czasu poświęcać rodzinie i to chyba był powód, że tak mocno zaangażowałem się w działalność klubu, który osiem lat temu miał 9 zawodników. Dziś w MKS Axel w Toruniu trenuje ponad 110 zawodników w różnych kategoriach wiekowych. Zawsze wychodziłem z założenia, że jeżeli już coś się robi, trzeba to robić najlepiej, jak się potrafi, z pełnym zaangażowaniem. I to udaje mi się również w łyżwiarstwie figurowym. Mam nadzieję, że za kilka lat będziemy mogli cieszyć się z osiągnięć naszych klubowych zawodników i trenerów.

Nieco prowokując, można powiedzieć, że pan jako biznesmen powinien raczej być kibicem boksu, a nie łyżwiarstwa figurowego. Czy w branży ubezpieczeniowej jest miejsce dla tak charakterystycznych dla tego sportu – techniki, finezji, a co najważniejsze, wartości artystycznych?

Dopóki nie miałem kontaktu z łyżwiarstwem, dopóty nie zdawałem

sobie sprawy, jak trudna to dyscyplina. A zarazem jak piękna. Przecież konkurując w biznesie, nie musimy być bezwzględni i agresywni. Można, a moim zdaniem nawet trzeba, być kulturalnym i etycznym. Trzeba być w życiu, przynajmniej dla najbliższego otoczenia, przewidywalnym. A w tym sporcie liczy się właśnie dokładność, najczęściej wygrywa w łyżwiarstwie ten, kto popełni mniej błędów.

Każdy z elementów połączony w całość daje efekt końcowy. Rzadko która dyscyplina wymaga tak ciężkiej i mozolnej pracy, konsekwencji i wytrwałości. W biznesie jest zdecydowanie gorzej, gdyż zwycięzca jest jeden, a drugie czy też trzecie miejsce w przetargu lub konkursie nie daje nam pieniędzy. W sporcie możemy się cieszyć z takich miejsc, w biznesie niewiele to znaczy.



fot. archiwum

22 stycznia, podczas Wielkiej Gali Liderów Polskiego Biznesu, prezes MENTOR SA Marek Kaliszek otrzymał Złotą Statuetkę Lidera Polskiego Biznesu.

Głównymi bohaterami Gali byli laureaci konkursu Lider Polskiego Biznesu. Nominacje wręczono 23 przedsiębiorstwom. Złote Statuetki zabłyśły w rękach przedstawicieli 11 firm. Nagrody wręczali prezes BCC Marek Goliśzewski, prof. Leszek Balcerowicz, przewodniczący Rady Organizatorów BCC i przewodniczący Jury Krzysztof Pawłowski oraz przewodniczący Rady Głównej BCC Maciej Grelowski.

Współpracując z podmiotami rynku medycznego, macie do czynienia z tak delikatnymi problemami, jak np. strajki personelu, błędy w sztuce lekarskiej, kradzież leków czy nawet nietrzeźwy personel. To chyba momenty, gdy poza profesjonalizmem musi wchodzić w grę także „ludzkie podejście”? Jak rozwiązujecie takie sytuacje bez szkody dla wizerunku placówek służby zdrowia?

Sektor ochrony zdrowia jest bardzo wrażliwy społecznie. Każda informacja psująca wizerunek szpitala jako miejsca, gdzie pomaga się cierpiącym ludziom, wzbudza duży niepokój. Dyskomfort jest całkowicie zrozumiały, gdyż każdy z nas zetknął się przynajmniej raz w życiu

Czy w pana odczuciu branża medyczna może być kiedykolwiek całkowicie wolna od wyżej wymienionych błędów i problemów?

Błędy są w sposób oczywisty pochodną każdej ludzkiej aktywności. Wspomniałem już, że pewne trudne zdarzenia zawsze będą występować w ochronie zdrowia, gdyż jest to bardzo złożona działalność, dotycząca wielu sfer życia społecznego, politycznego i finansowego. Chodzi jednak o to, żeby tworzyć coraz lepsze standardy postępowania i zarządzania. Mówiąc wprost: błędy, problemy i konflikty będą się pojawiać zawsze, ale większość z nich można przewidywać i profesjonalnie przygotowywać się do ich naprawiania lub rozwiązy-

„ Każda informacja zaburzająca wizerunek szpitala jako miejsca, gdzie pomaga się cierpiącym ludziom, wzbudza bardzo duży niepokój „

ze środowiskiem szpitalnym. Z tego względu nie można oddzielać profesjonalizmu od, jak pan to ujął, „ludzkiego podejścia”. To musi być element fachowej i kompetentnej obsługi. W tym sensie mamy świadomość, jak ważną pozycję zajmują szpitale – nasi klienci. Sytuacje kryzysowe odciskają piętno na wizerunku placówki, nie można tego uniknąć. Nasze działania zmierzają do większej transparentności w działaniu jednostek ochrony zdrowia, do lepszego przygotowania na spodziewane i często nieuchronne negatywne zdarzenia, do opracowania procedur zmniejszających ryzyko wystąpienia kryzysów. Prowadzi to do budowania zaufania pomiędzy placówką a społecznością, która korzysta z jej usług. Im skuteczniej przekonujemy, że placówka nie ma nic do ukrycia, tym lepszy jej wizerunek powstaje w odbiorze społecznym.

wania. Duża w tym rola firm współpracujących z sektorem ochrony zdrowia, jak chociażby brokerzy ubezpieczeniowi.

Jakie produkty oferuje Mentor partnerom z rynku medycznego?

W naszej strukturze funkcjonuje Biuro Ubezpieczeń Medycznych, które prowadzi i koordynuje obsługę podmiotów z branży ochrony zdrowia. Profesjonalne doradztwo ubezpieczeniowe to tylko część naszej aktywności w sektorze medycznym. Nawiązując do tego, co powiedziałem wcześniej, działamy w obszarach, gdzie dotychczas szpitale musiały sobie radzić same. Jest to przede wszystkim zarządzanie kryzysem medialnym, ochrona prawna dyrekcji, odpowiedzialność cywilna zarządów spółek powstałych z przekształcanych szpitali czy

też pionierskie zagadnienie ubezpieczenia ochrony zysku szpitali. W każdym z tych obszarów nasi klienci uzyskują wsparcie w postaci nowych usług lub produktów ubezpieczeniowych stworzonych z uwzględnieniem specyficznych potrzeb sektora ochrony zdrowia.

Wprowadziliście w Polsce unikatowy program Bezpieczny Menedżer. Jakie są jego podstawowe założenia i jak przebiega jego realizacja?

Najważniejszym założeniem jest dostosowanie oferty rynku ubezpieczeniowego do potrzeb sektora medycznego. Nie na odwrót. Specyfika placówek ochrony zdrowia jest tak duża, że wymaga to wręcz stworzenia nowych ubezpieczeń i usług. My to zrobiliśmy. Założyliśmy również, że to z naszej strony, jako profesjonalistów, powinien pójść impuls do menedżerów ochrony zdrowia z jasnym przekazem: wizerunek szpitala jest jego wartością i można go chronić. Mamy do tego przygotowanych ludzi oraz sprawdzone procedury. Trzecim założeniem było rozszerzenie standardowego zakresu usług brokerskich w taki sposób, aby klienci nie musieli za nie dodatkowo płacić. To się doskonale udało. W tej chwili dyrektorzy szpitali będących naszymi klientami zyskują możliwość ubezpieczenia w zakresie ochrony prawnej w związku z wykonywaną funkcją oraz prawem pracy, natomiast szpitale, którymi kierują, otrzymują wsparcie w zarządzaniu kryzysem medialnym. Usługę tę wdrażają doświadczeni specjaliści ochrony wizerunku. Zainteresowanie jest bardzo duże, gdyż menedżerowie widzą ogromną potrzebę zajęcia się profesjonalnie tą problematyką. Do tej pory nikt nie potrafił ich wesprzeć w tym zakresie. Cieszę się, że Mentor może im w tym pomóc.

Rozmawiał: Adam Majewski