

Aj malé firmy musia zlepšiť finančné plánovanie

Taliani majú záujem o spoluprácu

Bratislava (Štefan Kišš)

Akú pozíciu má v Ludovej banke segment malých a stredných podnikateľov?

– Malé a stredné podniky sú pre našu banku kľúčový segment. Už od začiatku 90. rokov sa na Slovensku orientujeme práve na túto cieľovú skupinu, čo má silné zázemie v akcionárskej štruktúre. Prioritným záujmom našej materskej spoločnosti **Volksbank** vo všetkých krajinách, kde pôsobí, sú práve malé a stredné podniky.

Ako banka zabezpečuje pokrytie potrieb podnikateľov?

– Máme vybudovanú sieť piatich regionálnych firemných centier, ktoré zabezpečujú obsluhu firemnej klientely na 15 obchodných miestach. V segmente máme približne 1 200 klientov, ktorí čerpajú úvery päť miliárd korún.

Aké produkty ponúka Ľudová banka podnikateľom?

– Škála úverových produktov je široká, úvery však považujeme za súčasť komplexnej obsluhy klienta. Dôležité sú aj ďalšie služby ako účty, platobný styk a služby tre-



Peter Sádovský

Snímka hn/Štefan Laktiš

asury (finančnej správy), ktoré majú u nás veľmi silnú pozíciu. Klientom je k dispozícii nová generácia elektronického bankovníctva.

Ktoré informácie sú pre banku kľúčové pri posudzovaní klienta?

– Konkrétne podmienky úveru pre klienta zohľadňujú rizikovosť a zabezpečenie úveru. Posudzujeme odvetvie, v ktorom klient pôsobí, jeho pozíciu v rámci odvetvia, stabilitu jeho biznisu, diverzifikáciu

Rozhovor s riaditeľom Odboru firemného bankovníctva Ľudovej banky Petrom Sádovským

odberateľov, tvorbu cash flow a podobne. Tieto faktory ovplyvňujú nielen pohľad banky na klienta, ale aj schopnosť menšieho podnikateľa presadiť sa na trhu a dlhodobo úspešne podnikáť.

Aké sú slabiny malých a stredných podnikateľov?

– Rád by som zdôraznil potrebu zodpovedného finančného plánovania, čo je pri malých a stredných podnikoch slabinou. Je potrebné rozmýšľať o svojej budúcnosti v horizonte piatich až desiatich rokov a podľa toho spracovať finančné plány. Problémy firiem často nevznikajú preto, že nemajú odbyť, produkt alebo dobré meno, ale preto, že vznikol nesúlad medzi ich rastom a financovaním a optimálne nevládnu finančnú situáciu.

Tu by som spomenul Bazilejskú dohodu o kapitáli. Basel II stanovuje ešte väčšie nároky na interné ratingové systémy banky, čo by malo vyzdvihnúť pozitíva dobrých klientov. Je zároveň jedným z faktorov, ktorý ženie banky k tomu, aby sa viac zaujímali o malé a stredné podniky s dobrou bonitou.

Akú úlohu zohráva odvetvie, v ktorom podnikateľ pôsobí? Sú odvetvia, ktoré považujete za rizikové?

– Odvetvie je nepochybne dôležité pri posudzovaní klienta. Nesúhlasil by som úplne s populárnym tvrdením, že medzi najrizikovejšie odvetvia patrí poľnohospodárstvo a, naopak, výhodný je energetický priemysel. Myslím si, že to pri malých a stredných podnikoch vždy neplatí. My sa snažíme orientovať najmä na priemernú výrobu a obchod. Na Slovensku je zároveň viacero odvetví so silnou rastovou tendenciou. Klient v rastovom odvetví má u nás zelenú – napríklad v súvislosti s expanziou automobilového priemyslu vidíme značný priestor na financovanie subdodávateľov.

Prečo sa banky v poslednom období vo väčšej miere zaujímajú o malých a stredných podnikateľov?

– Za posledné roky sa vyčerpal priestor medzi veľkými klientmi, preto sa banky čoraz viac obracajú na malé a stredné podniky. Je to segment, v ktorom je jednoznačne veľký potenciál, čo si všetky banky uvedomujú. Konkurencia je tu už dnes silná, presadiť sa teda môžeme iba poskytovaním konkurencieschopných produktov a servisu.

V čom vidíte konkurenčnú výhodu Ľudovej banky?

– Ako stredne veľká banka sa snažíme produkty šiť na mieru klientom, a nie masovo predávať štandardizované produkty. Presadzujeme individuálny a dlhodobý partnerský prístup ku každému firemnému klientovi. Jedným z takýchto produktov je Sezónny VB Úver zameraný na podnikateľov, ktorých biznis podlieha sezónnym vplyvom, ako je stavebníctvo alebo obchod, napríklad, keď sa obchodník potrebuje predzásobiť pred vianočným trhom.

Bratislava (TASR) Taliansko vidí veľké príležitosti na spoluprácu so slovenskými malými a strednými podnikmi. „Talianski podnikatelia si hľadajú partnerov v novej Európe. Slovensko nie je pre nich zaujímavé iba z hľadiska ekonomického, ale tiež geografického,“ povedal veľvyslanec Talianskej republiky v SR Antonino Provenzano. Na Slovensku už pôsobí viac ako 350 talianskych malých a stredných podnikov. Minulý týždeň sa deväť remeselných firiem z lombardských okresov Bergamo, Brescia, Varese, Como, Lecco a Milano stretlo so slovenskými kolegami. Na workshop v Bratislave pricestovali aj textilné a odevné, potravinárske či elektrotechnické firmy. Podnikateľskú misiu zorganizovalo **Zahraničné centrum Lombardských obchodných komôr** v spolupráci s **Taliansko-slovenskou obchodnou komorou**. „Podnikatelia tu mali výbornú možnosť nadviazať nové biznis partnerstvá. Komora plánuje aj naďalej podobné pravidelné stretnutia,“ uviedol generálny tajomník komory Michele Bologna.