

ANALIZA DIREKTORKA MF BANKE POTVRDILA

OSTVAREN NAJBOLJI POSLOVNI REZULTAT

Aktiva Banka je u toku prošle godine uspjela dodatno da poveća svoj tržišni udio i ostvari najbolji poslovni rezultat od svog osnivanja. Rast neto bilansne aktive u odnosu na 2014. godinu iznosio je 21,2 odsto, rast kredita 26,4 i rast depozita 27,2 odsto

INTERVJU Sandra Lonco

Maja Bašić
Banjaluka

Sandra Lonco, direktorka MF banke, kaže da je ova banka tokom prošle godine ostvarila najbolji poslovni rezultat od svog osnivanja. Ona dodaje da su zaključno sa 31. decembrom svi ostvareni parametri MF banke bili daleko iznad plana.

- To je nešto čime možemo da budemo veoma zadovoljni. Banka je u toku prošle godine uspjela dodatno da poveća svoj tržišni udio i ostvari najbolji poslovni rezultat od svog osnivanja. Rast neto bilansne aktive u odnosu na 2014. godinu iznosio je 21,2 odsto, rast kredita 26,4 i rast depozita 27,2 odsto. Banka je u skladu sa planom i strategijom ugodila značajan napredak u pogledu povećanja kreditnih plasmana, jačanja upravljanja problematičnim plasmanima, što je rezultiralo procentom nekvalitetnih kredita koji je znatno niži od bankarskog prosjeka. U decembru je izvršena dokapitalizacija banke u iznosu od 8,8 miliona KM. To je uticalo i na povećanje stope adekvatnosti kapitala koja na kraju godine iznosi 16,16 odsto, što je znatno iznad zakonske stope od 12 odsto - naglašava Sandra Lonco u intervjuu za Press.

■ Šta vas čini prepoznatljivim u odnosu na druge banke, u kojoj mjeri su vam one konkurencija?

- Mi male banke i veliki sistemi ne dijelimo u potpunosti ciljni tržišni segment. Specifičnost naše banke je u pažljivom segmentiranju tržišta. Na taj na-

čin u prilici smo da bliže sarađujemo sa klijentima, oslušujemo njihove konkretne potrebe i direktno odgovorimo na njih u vrlo kratkom roku. Osim toga, fleksibilnost našeg poslovanja omogućava nam da pružimo šansu i privrednim subjektima koji najčešće nemaju brz i jednostavan pristup kreditnim sredstvima nekih drugih većih banaka. Da bismo se približili klijentima, kao brend smo morali dokazati svoju vrijednost u njihovom svakodnevnom poslovanju i u tome smo uspjeli.

■ Kakve sve proizvode nudite svojim klijentima, da li planirate uvođenje nekih novih proizvoda i usluga?

- MF banka ima niz kreditnih proizvoda namijenjenih mikro, malim i srednjim preduzećima. Možemo reći da je preduzetništvo segment koji nam je primaran i kojim se u najvećoj mjeri bavimo. Nastojimo da im budemo na usluzi 24 časa, a u te svrhe nudimo proizvode poput elektronskog bankarstva. Ovaj proizvod klijentima omogućava brz i jednostavan pristup računima sa mogućnošću stalnog uvida u njihovo stanje i promet, kao i brže, jednostavnije i jeftinije plaćanje računa.

■ Šta nudite stanovništvu?

- Stanovništvu nudimo štedne proizvode s najatraktivnijim kamatnim stopama na tržištu i u skladu sa rokovima i načinima oročenja koje odovaraju njihovim potrebama. Uveli smo novu poziciju savjetnika za klijente. Ideja je da savjetnik servisira sve njihove zahtjeve za kredite, kartice, depozite i, generalno, da bude na usluzi u vezi sa svim pitanjima koja prosiječan klijent ima kad je riječ o vođenju ličnih finansija.

■ Kakve trendove bilježite kad je riječ o štednji i plasmanu kredita?

- S obzirom na to da je MF banka mlada banka, nije bilo tradicije koja proističe iz dugogodišnjeg postojanja, već je proces izgradnje povjerenja naših štediša išao polako. Imajući to na umu, nastojali smo da kreiramo atraktivne depozitne proizvode i kampanje koje će pokazati štedišama da smo ozbiljna mlada banka koja, iako ne postoji dugo, ima dugoročne planove. Klijenti su to prepoznali i na to smo izuzetno ponosni. Kruna izgradnje tih odnosa svakako je 2015. godina kada smo zabilježili rast depo-



zita od 34,8 miliona KM u odnosu na prethodnu godinu, gdje je dominantno učešće depozita stanovništva - oko 60 odsto, i čije učešće raste iz godine u godinu. Izuzetno nam je bitno što nam je toliki broj štediša ukazao svoje povjerenje i što nas prepoznaju kao stabilnog partnera od povjerenja. Što se tiče kredita, uveli smo svoj kreditni portfolio za 39,2 miliona KM.

■ MF banka je najmlađa u RS... U kojoj mjeri to utiče na vaše poslovanje?

- Našu prednost kao male i mlade domaće banke vidim u tome što smo fleksibilniji i brži od krupnih sistema, te što smo u stanju da proizvode prilagodavamo klijentima na dnevnoj osnovi. Veliki sistemi su po samoj svojoj prirodi tromiji, iako su u stanju da pruže klijentima neke druge pogodnosti. Rekla bih da je za male banke ključ u stalnom praćenju promjena na tržištu koje se dešavaju sve bržim tempom. Ako ste dovoljno inovativni i efikasni, u jednom malom sistemu na te promjene možete veoma brzo i kvalitetno da odgovorite.

■ Šta smatrate najvećim problemom u bankarskom sektoru, uopšte?

- Kao bitan ekonomski dio nekog društva ili zajednice, banke prate sveukupne trendove njihovog razvoja. Nema jakog bankarskog sektora bez jake privrede i obratno. Banke u BiH se, u osnovi, suočavaju sa svim problemima koji prate ovu fazu društvenog i ekonomskog razvoja. To se, prvenstveno, odnosi na loše ekonomske trendove i zastoje u razvoju privrede, posebno sektora malih i srednjih preduzeća, koja su okosnica razvoja i mnogih razvijenih ili čak i visokorazvijenih zemalja u okruženju i šire. Drugim riječima, BiH, čini se, još prolazi kroz određeni period tranzicije ka punoj tržišnoj ekonomiji i razvoju i to, naravno, ima svoje posljedice i na funkcionisanje, odnosno razvoj bankarskog sektora u cjelini. Propast pojedinih banaka dodatno utiče na negativan imidž bankarskog sektora. Usklađivanje zakonske regulative sa direktivama EU i uslovima iz Baze- la svakako će biti još jedan izazov za čitav bankarski sektor.

Fokus na finansiranju malog i srednjeg preduzetništva

■ Koji klijenti su posebno u vašem fokusu i zbog čega?

- MF banka je primarno usmjerena ka pružanju usluga mikro, malom i srednjem preduzetništvu, te stanovništvu naročito u domenu depozitnih i nekreditnih proizvoda. Ipak, možemo reći da će u 2016. godini u našem fokusu biti intenziviranje pružanja finansijske pomoći malim i srednjim preduzećima i u tom smislu pozicioniranja MF banke na bankarskom tržištu kao banke primarno usmjerene ka servisiranju ove vrste klijenata. S tim u vezi, u toku je priprema proljetne kampanje koja će klijentima na jasan i nedvosmislen način pokazati to naše usmjerenje. Takođe, ove godine nastojaćemo obezbijediti i nešto povoljnije cijene kreditnih proizvoda klijentima koji posluju profitabilno i čiji projekti imaju ekonomsku opravdanost.