

## Милица Чапаровска

директор на Сектор за управување со производи во Стопанска банка а.д. Скопје

# Со иновативни решенија ја одржуваме лидерската позиција на пазарот

пишува:

**Игор Петровски**  
igor.petrovski@kapital.mk

фотографија:

**Фотоархива на Капитал**

**Б**анкарството на мало или retail banking, како што е познато во западната терминологија, ги опфаќа сите банкарски производи наменети првенствено за корисниците-физички лица, како што се картичките, кредитите, штедењето, трансакциските сметки... Со Милица Чапаровска, одговорна во секторот што е задолжен токму за овие производи и услуги во Стопанска банка а.д. Скопје, разговаравме за тоа какви сè иновативни решенија нуди банката со цел да ја задржи лидерската позиција на пазарот во работа со население.

► **Стопанска банка направи вистински „бум“ со потрошувачките кредити за население, некаде пред 5-6 години... Каква е ситуацијата со динамиката на потрошувачките кредити во периодот откако кризата почна да се чувствува во Македонија?**

Кризата донекаде го забави, но не го прекина кредитирањето на населението во целиот банкарски сектор во Македонија. Граѓаните се рационални и претпазливи кога е во прашање користењето финансиски средства, како кредити од банките, посебно контролирајќи го износот, рокот и цената на чинење. Стопанска банка а.д. Скопје и во вакви услови продолжи да ги подобрува кредитните производи, да креира промотивни понуди и програми за поттикнување и да им овозможува на граѓаните пристап до средствата што им се потребни. Каматните стапки на потрошувачките кредити се значително намалени со што кредитите станаа поприфатливи и подостапни на граѓаните како опција за финансирање на сопствените потреби и планови. Стопанска банка со години отвора нови можности преку понуда на финансиски производи и услуги кои соодветствуваат на промените карактеристични за модерното окружување. Токму од повеќекратната понуда произлегоа производите кои клиентите масовно ги прифатија - потрошувачкиот кредит без обезбедување со брза и едноставна процедура, ОК отворениот кредит со флексибилност во користењето, односно можност за повлекување на средства во зависност од потребата на клиентите и отплата на средства зависно од можностите, но најмалку пресметаниот месечен минимум, хипотекарните потрошувачки кредити со поголеми износи и рокови на отплата за поголеми инвестирања

## Со иновациите им овозможуваме на клиентите да се ослободат од непотребни трошоци, но и ги поттикнуваме да ги прифатат новитетите и со тоа да ја намалат потребата да доаѓаат во филијали особено за реализирање на основни трансакции за банкарски производи и услуги

и сл.

- **Кои се најновите понуди во делот на потрошувачките кредити за население? За каков тип потрошувачки кредити граѓаните се најзаинтересирани во моментот?**

Граѓаните во континуитет се заинтересирани за потрошувачките кредити кои се ненаменски производи, а причините за нивно користење од страна на клиентите се многубројни. Кредитите ги користат за практични причини - за школување на своите деца, за уредување на домот или негово реновирање, за самостојно водење на својот бизнис, за венчавки и свадби, набавка на половен автомобил, рефинансирање на други помалку пополни кредити од други банки и сл. Уверени дека нашите производи задоволуваат реални потреби и им помагаат на клиентите да ги реализираат своите планови и амбиции, банката и оваа година промовираше потрошувачки кредити со повластени каматни стапки на трајна основа за сите клиенти кои платата ја примаат преку Стопанска банка со што овозможува значително олеснување како награда за лојалноста која ја покажуваат кон банката.

- **Од друга страна што се случува со понудата на депозитни производи?**

Паралелно со растот на кредитното портфолио, банката го збогатува и депозитното портфолио со производи кои им помагаат на клиентите кои сакаат да почнат да креираат заштеда, но и за оние кои бараат најдобро место за раст на својата постојна заштеда. Банката со својата понуда на денарски и девизни депозити ги следи светските трендови во оваа категорија на производи со можност за месечна исплата на камата или на крајот на рокот на орочување, со или без капитализација, исплата на камата однапред, со орочување на средствата или пак по истекот на рокот на орочување. Депозитното портфолио го следи порастот на депозити на пазарот, односно вкупниот банкарски сектор, а преку заштедите клиентите креираат фонд за идна потрошувачка, но и ги оплодуваат своите слободни средства во недостиг од стабилни инвестиции, а пораст во штедењето е најбезбедна форма за стекнување приход од постојна заштеда.

- **Кои се најновите понуди на Стопанска во делот на картичното работење? Какви иновативни продукти спреми банката во картичната понуда?**

Како пионер во воведување платежни картички на територијата на Македонија, Стопанска банка а.д. Скопје продолжува со развој и иновации кај овие производи како

најдинамична категорија. Од 01.06 сите дебитни и кредитни картички се овозможени за онлајн-купување на македонски интернет-страници кои нудат електронска трговија. За онлајн-купување во странство граѓаните може да ја користат Visa интернет-картичката која е специјален производ за безбедно онлајн-купување насекаде во светот и истата е поврзана со денарска сметка и лесно се управува преку e-banking сервисот на банката.

Дополнително, банката во неколку наврати понуди специјални услови за клиентите корисници на кредитни картички, како наградни игри, попуст на редовната каматна стапка, намален процент на минимална месечна отплата и сл.

Исклучително е висок порастот на корисници на програмат за купување на рати без камата што банката го воведо пред повеќе години во соработка со своите партнери во трговската мрежа. Истиот денес е достапен низ цела Македонија на над 1.000 продажни локации на кои клиентите можат да купуваат на рати без камата што како практика на работење беше широко прифатена што овозможи поттикнување на продажбата.

- **Граѓаните често се жалат дека банките им пресметуваат провизии за сè и сешто, за кои сметаат дека често се и превисоки. Дали се согласувате со тоа и каква е политиката на Стопанска банка во тој поглед, односно кои сек, пак, привилегиите и бенефициите што корисниците ги имаат ако уредно работат со своите картички, сметки и сл.?**

Провизиите за банкарските услуги се во функција на покривање на дел од трошоците кои банките ги имаат поврзани со испораката на одредени услуги. Разновидноста на понудените услуги повлекува и соодветно дефинирани цени на чинење на секоја од услугите. Со менување на потребите и барањата на клиентите заедно со технолошките иновации се зголемува и прифатеноста на алтернативните канали што од своја страна доведе до рационализација на трошоците со повеќекратни ефекти на заштеди. Со воведувањето на алтернативните канали банката не само што им ги намали провизиите на клиентите туку им овозможи да заштедат на транспорт (бензин, паркинг, автобуски трошоци) за посета на филијалите како и заштеда на време. Сè што треба клиентите да направат е да ги користат алтернативните канали кои се достапни преку телефон, Интернет, банкомат, а многу скоро и преку мобилен телефон. Стопанска банка со

иновациите овозможува клиентите да се ослободат од непотребни трошоци, но и ги поттикнуваме да ги прифатат новитетите и со тоа да ја намалат потребата да доаѓаат во филијали особено за реализирање на основни трансакции за банкарски производи и услуги.

Во заеднички интерес е да се мигрираат клиентите од канали со високи трошоци на работење на оние со пониски трошоци со цел да се инвестира во нови технологии кои овозможуваат подобар сервис и поетивно работење. Клиентите кои регуларно ги сервисираат своите обврски спрема банката немаат никакви дополнителни трошоци за ненавремено плаќање, за разлика од оние клиенти кои не се редовни во отплатата на кредитните производи и ги зголемуваат трошоците на работење, а банката истите делумно ги субвенционира, а за остатокот наплатува трошоци за задоцнето плаќање.

- **Какви сè иновативни решенија во работата со население понуди Стопанска банка изминатиот период (работа со сметки, трансфер на средства...)?**

Имајќи предвид дека клиентите се стекнуваат со сè поголеми сознанија и информации и секогаш со поголеми потреби и очекувања, а воедно стануваат и пребирливи, разбирливо е дека за да се задржи лидерската позиција на пазарот, потребни се постојани вложувања во иновативни производи и услуги за да се задоволат таквите нивни потреби. Располагањето со точна и навремена информација за клиентите и сегментираниот пристап во сервисирањето придонесува за испорака на производи и услуги целосно ориентирани кон потребите на клиентот.

Оваа година воведовме плаќање преку Интернет од девизни сметки за правни и физички лица, напредни пребарувања по налозите реализирани преку e-banking сервисот, увид во депозитни и кредитни производи преку истиот сервис, орочен депозит на шест месеци со гарантирана каматна стапка во денари, потрошувачки необезбеден кредит со девизна клаузула, електронска достава на месечни извештаи, најевтина опција за плаќање на радиодифузна такса и сл. Годишниот пораст од над 50% што го бележат телефонското банкарство, e-banking сервисот и плаќањата преку банкомат и електронската трговија потврдува дека континуираното инвестирање на банката во едукација на своите клиенти е оправдано и сè поголем број од нив ги прифаќаат алтернативните канали како најсоодветно решение.

Со зголемено маркетинг-присуство онлајн и преку социјалните мрежи, банката успешно ги интегрира во алтернативните канали, чиј потенцијал на идно користење заедно со понудата на производи ветува постојни и нови задоволни и лојални клиенти на банката.