

České firmy mají značné rezervy v efektivním využívání bankovních produktů a služeb

I v době finanční krize zůstávají klienti z řad malých a středních podniků v České republice ve vztahu k využívání bankovních produktů a služeb konzervativní, nenároční a málo informovaní. „Výsledkem je, že až dvě třetiny z nich nenakládají se svými finančními prostředky efektivně a plně nevyužívají nabídek bank k optimalizaci svých firemních financí. Ke své škodě, protože právě zefektivněním finančních toků mohou firmy výrazně ušetřit a zmírnit dopady krize, kterým mnohé z nich čelí,“ říká Marek Potoma, ředitel divize Local Commercial Bank české pobočky Citibank a dodává, že firmy často přicházejí o nemalé prostředky na poplatcích a neefektivních transakcích.

Polovina firem ze segmentu SME (Small and Medium Enterprises, tj. malé a

střední podniky) již pocítila dopad hospodářské krize (podle aktuálních statistik ČSÚ). Podle výsledků výzkumu agentury Ipsos Tambor a klientských průzkumů CitiBusiness Monitor se s poklesem zakázek a objednávek potýká 41 % firem z tohoto segmentu. Tomu firmy přizpůsobily své chování: dvě třetiny z nich začaly přísněji kontrolovat náklady, polovina zvýšila prodejní aktivity a 42 % omezilo nábor zaměstnanců nebo v horším případě přistoupila k propouštění.

Podle zjištění CitiBusiness Monitoru mají české malé a střední firmy značné rezervy ve volbě vhodné struktury bankovních služeb a produktů, která by odpovídala skutečným potřebám firmy a ušetřila by jí placení zbytečných bankovních poplatků. Firmy také často neumějí

správně využívat provozní i investiční financování. „Jejich výše a načasování by vždy měly respektovat skutečnou potřebu firmy, což v důsledku znamená ušetření na nadbytečných úrocích či rezervačních poplatcích. Firmy by měly také více omezovat kurzová rizika a to pomocí nástrojů pro zajištění kurzů a výhodnou směnou finančních prostředků,“ vysvětluje Marek Potoma a dodává: „Citibank se aktivně věnuje obchodním aktivitám napříč segmenty, přičemž SME je pro nás velmi významná část trhu. V nabídce produktů, služeb a komplexního bankovního poradenství pro tyto firmy, včetně nadstandardního osobního přístupu bankéřů, patříme už řadu let ke špičce na českém trhu. Navazujeme na naše globální zkušenosti a s využitím poznatků z výzkumů dokážeme velmi dobře reagovat na aktuální potřeby firem.“

Aktuální potřeby malých a středních firem v ČR a jejich nároky na finanční služby

Od ledna do května 2009 Citibank systematicky mapovala potřeby SME v ČR a ve spolupráci s agenturou Ipsos Tambor zrealizovala několik výzkumných šetření zaměřených na tato témata:

* Vliv krize na SME segment

Výsledky kvantitativního výzkumu

* Vztah SME segmentu k bankám a jejich nabídce

Výsledky kvalitativního výzkumu

* Relevance služeb a produktů k aktuálním potřebám SME

Poznatky CitiBusiness Monitoru

Vliv krize na SME segment

Kvantitativní výzkum zachycující vliv finanční krize na SME firmy Citibank využila výzkumu firmy Ipsos Tambor provedený v Q1 2009. Výstupy z reprezentativního vzorku malých a středních podniků (do 250 zaměstnanců rovnoměrně vybraných podle: oboru podnikání (výroba, obchod, služby), počtu zaměstnanců (do 9-50, 51-250 zaměstnanců), regionu (Praha, Čechy, Morava)

Jaký je dopad finanční krize v segmentu SME?

Téměř polovinu firem ze segmentu SME již finanční krize zasáhla! Dopad krize se projevil u 47 % firem SME, u 53 % se neprojevil.

Nejvíce ohrožená odvětví: zpracovatelský průmysl, obchod, automobilový průmysl, stavebnictví (zdroj: ČSÚ)

A o jaký konkrétní dopad se jedná? Údaje v následujícím grafu jsou uvedeny v %.

Čeho se firmy nejvíce obávají?



K nejčastějším odpovědím patřila nižší poptávka po zboží a službách (30 %), pokles obrátu (24 %), poklesu zisku (22 %) a nejasná budoucnost firmy (9 %).

Jak firmy reagují na finanční krizi? Jaká opatření jste v souvislosti s finanční krizí přijali?



Plánované čerpání úvěru

Mají firmy zájem o úvěr?

– Plánujete jako firma v tomto roce čerpat bankovní úvěr? Ano 21 %, ne 77 %, neví 3 %.

Očekávaná dostupnost úvěru

– Do jaké míry očekáváte, že se změní dostupnost bankovních úvěrů pro vaši firmu?

Zhorší se 22 %, nezmění se 52 %,lepší se 5 %, neví 23 %.

(Pokračování na stránce 2)

(Pokračování ze stránky 1)

Vztah SME segmentu k bankám a jejich nabídce

Kvalitativní výzkum zjišťuje do hloubky potřeby firem

Pro Citibank zpracovala firma Ipsos Tambor v Q2 2009

Šetřeno v Praze, firmy ze segmentu SME
Diferenciace rovnoměrně podle oboru podnikání (výroba, obchod, služby), využívání bankovních ústavů

Změnily banky přístup ke klientům v souvislosti s ekonomickým zpomalením?

Zástupci SME segmentu nepocítí nižší ochotu bank poskytovat úvěry, ale zaznamenali, nebo očekávají omezenější přístup bank v prověřování, komu banka úvěr schválí.

Převážná část klientů nepředpokládá / nepocítí nižší ochotu bank poskytovat úvěry.

- Firmy s vyšším obrátem zaznamenávají zvýšený zájem bank o solventní klienty.
- Firmy zaznamenávají větší prověřování a omezování stávajících úvěrových rámců provozního financování.

Většina firem očekává / již se setkala s přísnější úvěrovou politikou bank.

- Podrobnější proces zjišťování schopnosti úvěr splácet (administrativa).
- Přísnější podmínky pro splnění nároku na úvěr (vyšší zajištění).
- Vyšší úroková míra.

Jaký vztah má SME segment k bankám?

Firmy SME segmentu přistupují k bankám velmi podobně jako retailoví zákazníci: jsou konzervativní, podezřívaví / skeptičtí, často málo informovaní, aktivně informace o bankách nevyhledávají, mezi bankami příliš nediferencují.

Jsou silně konzervativní, s velmi nízkou ochotou banku měnit.

- Jako svou hlavní banku často využívají tu, kterou si zvolili na začátku podnikání.
- Důvěřují bankám dlouhodobě zavedeným na českém trhu nebo bankám, které doporučí důvěryhodný známý.
- Pokud se stávají novými zákazníky, často se jedná o druhou / doplňkovou banku.
- Pouze zřídka zcela vymění jednu banku za jinou.

Nejsou příliš finančně informovaní

- Finanční terminologii většinou nerozumí; finanční znalosti rostou s velikostí firmy.
- Klienti vyžadují především jednoduché, rychlé, nekomplikované služby a řešení.

Kontinuálně a aktivně nesledují nabídky a služby bank, včetně těch, které sami používají

- Jakmile se klienti jednou rozhodnou pro banku, informace o nabídkách a službách ostatních bank sami aktivně nevyhledávají.
- O nové produkty a služby „své“ banky se firmy samy od sebe nezajímají.

Mezi jednotlivými bankami výrazně nediferencují

- Banky vnímají jako velmi podobné, nespátují mezi nimi výrazné rozdíly.

Jsou podezřívaví / skeptičtí

- Za produkty, které se jim na první pohled zdají výrazně výhodnější, než u jiných bank, očekávají skryté méně výhodné překážky / podmínky / rizika.

Jsou firmy spokojené se svými bankami? Zástupci SME firem jsou se svými bankami celkově spokojeni.**Spokojenost s bankami**

Vůči své bance mají zákazníci pouze minimální výhrady a i ty mají často tendenci racionalizovat, omlouvat nebo zobecňovat i na ostatní banky.

Výhrady se netýkají banky jako celku, ale dílčích charakteristik služeb a produktů, například:

- nedostatky internetového bankovníctví,
- přísnější úvěrová politika, zajišťování úvěrů,
- neochota / neupřístupnost banky v méně standardních situacích,
- poplatková politika.

Vyhledávají firmy informace o bankách?

Informace o bankách zástupci SME firem čerpají převážně z osobní zkušenosti své, nebo blízkých známých, či obchodních partnerů.

Informovanost a informační zdroje

- Informace o své bance, ani o konkurenčních bankách firmy aktivně nevyhledávají
- Domnívají se / předpokládají, že v celkovém měřítku jsou si banky velmi obdobné
- Kontinuální vyhledávání informací o bankách pokládají za zbytečné

Pokud uvažují o změně banky, nebo o další bance, nejčastěji využívají tyto zdroje informací:

- osobní zkušenost s bankou a jejich pracovníky,
- zkušenosti a doporučení obchodních partnerů, nebo známých,
- webové stránky bank,
- internetové portály zaměřené na finance / ekonomiku.

Klienti jsou často neaktivní / pohodlní ve vyhledávání informací o výhodách bank a jejich produktech, ale uvítali by:

- aktivnější přístup ze strany banky,
- srozumitelnou komunikaci.

Jak a proč vybírají novou / další banku?

Firmy SME segmentu mají tendenci využívat služeb více bank; ochota poskytnout úvěr a jeho podmínky hrají v rozhodnutí o změně banky, nebo využití další / nové banky zásadní roli.

Důvody pro využívání služeb nové / další banky

Častou příčinou založení druhého / dalšího účtu jsou:

- snaha rozložit / chránit finance posílené zejména obavami před ekonomickou krizí,
 - očekávání lepší / výhodnější vyjednávací pozice při případné žádosti o úvěr.
- Pokud firma spolupracuje s více bankami, tak využívá každou z nich pro různé účely / služby.

Kritéria pro výběr nové, či další banky

Při výběru banky se klienti zajímají zejména o: – vyšší poplatky za služby, které firma hodlá běžně využívat (vedení účtu, příchozí / odchozí

- platby, směna z / na cizí měnu, a podobně),
- možnost poskytnutí úvěru (zejména samotná ochota úvěr poskytnout a dále úroková míra a vyžadovaná administrativa pro schválení úvěru),
- dostupnost poboček banky poblíž sídla firmy,
- reputaci / důvěryhodnost / zázemí banky.

Hlavní zjištění**A/ Ekonomické zpomalení neovlivnilo u zástupců firem SME:**

- Požadavky / nároky vůči svým bankovním institucím.
- SME firmy často nevyužívají možné bankovní nástroje, jejich finanční toky nejsou plně efektivní, mají vysoké náklady spojené s finančními operacemi.

Výběr produktů a služeb

- Firmy využívají především běžný korunový účet a internetové bankovníctví, devizový / eurový účet – jen v polovině případů, spořicí účty – minimálně, úvěry – v začátcích podnikání, nebo pro inovaci firmy.
- Firmy oceňují nízké poplatky za běžně využívané služby a vstřícný přístup.

B/ Ekonomické zpomalení ovlivnilo u zástupců firem SME rozhodnutí o:

- diverzifikaci aktiv, bankovních depozit – část firem rozložila finance do více bank,
- investicích – firmy více zvažují a odkládají investice do inovací.

Jaké jsou rezervy SME ve vztahu k finančním službám?

Tipy Citibank, kde hledat hlavní rezervy firem a jak využívat bankovní služby efektivněji:

- Strukturu bankovních služeb přizpůsobovat skutečným potřebám firmy, neplatit zbytečné poplatky.
- Provozní i investiční úvěry využívat při skutečné potřebě – vyhnout se placení nadbytečných úroků či rezervačních poplatků.
- Omezovat kurzová rizika nástroji pro zajištění kurzů a výhodnou směnu finančních prostředků.

! Využívat bankéře jako poradce pro finanční otázky svého podnikání**Relevance služeb a produktů k aktuálním potřebám SME**

Poznatky CitiBusiness Monitoru
Citibank mapuje SME segment průběžně i pomocí interních kampaní v rámci CitiBusiness Monitoru.

Hlavní zjištění:

Až dvě třetiny malých a středních podniků nenakládá se svými finančními prostředky efektivně – náklady spojené s využíváním služeb bank mohou optimalizovat pomocí využití komplexních nabídek svých bank.

Aktuálně jsou potřeby firem zaměřeny především na:

- základní transakční poplatky,
- úvěry,
- online směňování,
- zajištění finančních prostředků (pouze v omezené míře).

ZDROJ: CITIBANK