

Na podstawie mojego doświadczenia zawodowego mogę stwierdzić, że lubuskie jako pierwsze wykorzystywało każdą okazję do „skonsumowania” środków przedakcesyjnych, pomocowych czy unijnych.



BANK BEZ GWIAZDEK

Z dyrektorem zielonogórskiego oddziału Alior Bank, Robertem Świejkowskim rozmawia Krzysztof Chmielnik

Bankowcy i cały światowy system bankowy bardzo ostatnio stracili na zaufaniu, a powiedzenie „pewne jak w banku” straciło sens. Jak wpływa to na działania banku Allior. Czym Wasza misja różni się misji innych banków?

Alior Bank buduje swoją pozycję rynkową w oparciu o zasady tradycyjnej i solidnej bankowości: przejrzystość, bezpieczeństwo, stabilność, odpowiedzialność, doradztwo, przedsiębiorczość oraz innowacyjność. Oferta banku skierowana jest do Klientów, którzy oczekują wyższego poziomu usług, doradztwa i wyższej zyskowności produktów. Dzisiaj jeszcze nie można mówić o „półtorarocznym” Banku, że realizuje misję tak jak działające już wiele lat banki komercyjne. Możemy za to mówić o strategii, która zakłada zrównoważony i racjonalny rozwój. Bank udostępnia w standardzie produkty i usługi, które dotychczas oferowane były jedynie wybranym, najbogatszym Klientom, oraz produkty dotąd niedostępne na rynku. I to nas przede wszystkim wyróżnia na tle konkurencji a doświadczenie „kryzysu bankowego” tym bardziej ukierunkowuje nasze działania do stosowania tradycyjnej bankowości.

Rozmawiał Krzysztof Chmielnik

Mówi się wiele o globalizacji zaś, angażowanie się w małe lokalne przedsiębiorstwa, to niejako powrót do przeszłości. Czy bankowość wraca do starych sprawdzonych tradycji?

Dzisiaj w świecie finansów, międzynarodowej wymianie handlowej trudno mówić iż można uciec od globalizacji, jednakże w strategii Alior Banku pozostaje przede wszystkim rynek polski i rozwój Banku wpisany w tworzenie Oddziałów w Polsce. Angażowanie się w małe lokalne przedsiębiorstwa należy rozumieć jako uczestniczenie w edukacji finansowej, we wsparciu finansowym bezpośrednim w projekty inwestycyjne czy bieżące finansowanie tak Osób fizycznych jak również Przedsiębiorców i Firmy. Pragniemy pokazać na tle konkurencji Alior Bank bez „gwiazdek”, tak by każdy Klient miał pełną informację o produktach i usługach z których korzysta lub może skorzystać. W tym krótkim okresie działalności Oddział w Zielonej Górze zaangażował się w aktywne uczestnictwo w OPZL, wspieraniu Stowarzyszenia Winiarzy Zielonogórskich, wsparciu wystawy Muzeum w Zielonej Górze i Drzonowie. Również w ramach działalności lokalnej skupił się na „promocji” lokalnych przedsięwzięć kulturalnych zapraszając Klientów na różnego rodzaju koncerty, wystawy, do Teatru czy Filharmonii.

Poznaliśmy się na otwarciu piwnicy winiarskiej w Zaborze. Na ile była to wizyta prywatna, a na ile służbowa?

Alior Bank przed swoim „startem” zapraszał osoby opiniotwórcze w środowisku do tworzenia „Rad Założycielskich Oddziału” w każdym mieście w którym powstawała placówka Banku i ta zasada przyświeca działalności lokalnej, by odwzajemnić to zaangażowanie w lokalnych przedsięwzięciach i stowarzyszeniach. Dlatego też z jednej strony można powiedzieć, że wizyta ta była „służbowa” wychodząca naprzeciw wspieraniu lokalnych wartości, ale zarazem prywatna, która ciekawość tradycji winiarskich połączyła z realizowaną strategią Banku.

Na ile Alior Bank „rozumie”, że pieniądze jakie ma nie są własnością banku i bankierów, a jego klientów?

Polityka Banku i jego strategia odpowiedzialnej i bezpiecznej działalności jednoznacznie wskazuje, że powierzone pieniądze Klientów Banku są priorytetem i jego działalność kredytowo - inwestycyjna musi być oparta na tradycyjnych przejrzystych zasadach. Rozszyfrujemy przy okazji hasło przewodnie „wyższa kultura bankowości”. Słowo „kultura” wprowadza do działalności bankowej pierwiastek humanistyczny, odwołuje się do „nowego ładu finansowego”, którego częścią chce być Alior Bank. Dzięki kulturze przechodzimy od nieatrakcyjnej dla Klientów symboliki finansów – świata liczb, analiz, procentów – do świata idei i form związanych z pieniędzmi i ich mocą tworzenia wartości. Słowo „wyższa” nawiązuje do pojęć o podobnej konstrukcji – wyższa kultura, oznaczających jakość i klasę.

Globalizacja, to także rodzaj ślepoty na lokalność. Z Manhattanu, Londynu, Tokio niesposób odróżnić rynku finansowego Zielonej Góry od Lublina, Zakopanego, od Świnoujścia. A przecież banki udzielają tam pożyczek ludziom. Nie jest możliwy przecież jeden bankowy model klienta?

„Projektantami” powstania i strategii Alior Banku są wybitni praktycy bankowi – Wojciech Sobieraj – prezes Alior Banku i wiceprezesi Krzysztof Czuba, Cezary Smorszczewski i Artur Maliszewski, którzy w bankowości pracują od transformacji systemowej w Polsce. Tak jak wspominałem trudno uciec od globalizacji tak też trudno

w oderwaniu od zmian na rynkach międzynarodowych tworzyć tylko lokalne podejście do Klienta w sensie statystycznym. Te dwa podejścia muszą się uzupełniać, natomiast decyzyjność, ocena ryzyka i tworzone produkty i usługi bankowe uwzględniają nasze polskie realia, nasze przyzwyczajenia i mentalność. To tu w Polsce na przykładzie tak Zielonej Góry czy Krakowa jak najbardziej tworzona jest oferta dla Klientów. Alior Bank dostosowuje swoją ofertę do oczekiwań i potrzeb Klientów. Oczywiście mamy świadomość, że nie każde oczekiwania jesteśmy w stanie spełnić jednakże jesteśmy bardzo elastyczni w swoim postępowaniu by z każdym nowym doświadczeniem się zmieniać.

Działalność kredytowa to rodzaj bookmacherki, stawianie na „konie” z których nie wszystkie dobiegną do mety. Tego nie da się przewidzieć, bo to chaos, przypadek, statystyka. Jak Alior radzi sobie z zarządzaniem chaosem?

Ocena ryzyka kredytowego opiera się na dwóch podstawowych filarach, ocenie ekonomicznej i finansowej. Ocena finansowa, to oczywiście w zdecydowanej mierze statystyka, która jak pokazał rok 2008 całkowicie może odmienić postrzeganie bezpieczeństwa obrotu finansowego i wprowadzić nowe spojrzenie i nowe nauki. Statystyka uwzględniająca zachowania tak na rynku krajowym jak również międzynarodowym to jednakże podstawa oceny finansowej. Ocena ekonomiczna to przede wszystkim lokalna ocena Klientów, ich wiarygodności, ich doświadczenia, ich działania przez doświadczonych bankierów zatrudnianych na poszczególnych rynkach lokalnych tak by stawiać tylko na właściwe „konie”, które dobiegną do mety. Nie ustrzeżemy się jednakże w naszych ocenach ryzyka zmian politycznych czy prawnych, które w niektórych przypadkach całkowicie mogą odmienić obraz prowadzonej działalności i jest opłacalności czego osobiście miałem przykłady w moim zawodowym doświadczeniu, kiedy z dnia na dzień wprowadzono akcyzę na olej opałowy i nagle biznes plany oparte np. na zamianie ogrzewania węglowego na olejowe stało się nieopłacalne. Nie ustrzeżemy się również zagrożeń „kryzysowych”, jednakże wówczas dla zapewnienia bezpieczeństwa powierzonych środków bank przyjmuje najróżniejsze formy zabezpieczeń co eliminuje a na pewno minimalizuje zagrożenia.

Korzystacie zatem z rozmaitych przepowiedni. Czy Lubuskie ma jakąś charakterystyczną odmienną, czymś się wyróżnia wśród innych regionów? Czy występują specyficzne lokalne trendy?

Nazwałbym to raczej, korzystanie z najróżniejszych analiz finansowych specjalistów krajowych i międzynarodowych i na tej bazie wypracowywanie własnej strategii działania. Według mojego doświadczenia zawodowego w działalności tradycyjnej bankowości rynek lubuski nie różni się od innych rynków w Polsce. Patrząc przez pryzmat „województwa” możemy powiedzieć, że skala działalności firm korporacyjnych może być mniejsza w stosunku do Wielkopolski, Dolnego Śląska czy Mazowsza, ale jeżeli mielibyśmy odnieść się do branż to sądzę, że poza typowymi lokalnymi uwarunkowaniami (brak morza, gór czy kopalni węgla kamiennego itp.), każdą inną dziedzinę na rynku lubuskim znajdziemy.

Na podstawie mojego doświadczenia zawodowego mogę stwierdzić, że lubuskie (a pracuję w Zielonej Górze w bankowości od 1995 roku) jako pierwsze wykorzystywało każdą okazję do „skonsumowania” środków przedakcesyjnych, pomocowych czy unijnych. I to jak sądzę zdecydowanie nas wyróżnia i jednocześnie pomaga przechodzić przez obecny trudny okres gospodarczy w miarę „bezboleśnie”.

Wskaźniki koniunktury podawane przez SGH wykazują wahania sezonowe? Czy takie trendy występują w Lubuskiem, a jeśli tak to jakie i czy są to trendy charakterystyczne dla Lubuskiego?

Moje doświadczenie zawodowe pracy w bankach w Zielonej Górze i uczestniczenia również jako bank w tego rodzaju badaniach pozwala odnieść się do statystyki, która rejestruje, że okres zimowy grudzień/luty i czerwiec/sierpień są okresami, w których występują wahania sezonowe w działalności i aktywności firm. Sądzę jednakże, że raczej związane jest to z ogólnymi uwarunkowaniami i typowym okresem wakacyjnym czy tzw. zastojem zimowym. Natomiast analizując okres od listopad 2008 (powstanie Alior Banku) do I kwartału 2010 można powiedzieć, że z 6-ciu obszarów badanych przez IRG SGH takim wahaniom w lubuskim najbardziej podlega sektor transportu. Oczywiście daleki jestem od oceny całego rynku lubuskiego

Czy Lubuszanie skwapliwiej i bardziej terminowo spłacają kredyty? Innymi słowy, czy jesteśmy lepszymi jak przeciętni Polacy kredytobiorcami.

Alior Bank, jako nowy Bank stosuje w praktyce wszelkie zalecenia i rekomendacje wskazywane przez Komisje Nadzoru Finansowego i może z tego punktu widzenia można by wyciągnąć wniosek, że Lubuszanie bardziej terminowo spłacają kredyty. Ale oczywiście ta ocena nie jest obiektywna, gdyż w praktyce na rynku działamy od roku i nie posiadamy takich wolumenów pożyczek i kredytów, które do takiego stwierdzenia by upoważniało. Natomiast z doświadczenia zawodowego i analiz lat poprzednich mogę powiedzieć, że Lubuszanie znajdują się w średnich statystycznych i nie odbiegają w tym względzie od ogólnych „przeciętnych” kredytobiorców.