

Nowy Raport Deutsche Bank

23.09.2018.

Większość Klientów Private Banking to przedsiębiorcy. Ciekawym zatem jest zapoznanie się z kondycją Polskich firm - jako podstawą do bogactwa najbardziej prestiżowych Klientów banków.

Polskie firmy, zwłaszcza średnie i duże, z optymizmem patrzą w przyszłość. Nie tylko zaakceptowały już zmienność otoczenia, ale chcą obrócić ją na swoją korzyść. Znacząco – w porównaniu z ubiegłoroczną edycją badania – zwiększyła się gotowość do wzrostu skali działania, także poprzez ekspansję zagraniczną. Ambitnym celom sprzyja lepsza niż rok wcześniej kondycja finansowa: istotnie wzrósł odsetek średnich i dużych firm, które zadeklarowały wypracowanie zysku oraz wzrost obrotów. Taki obraz wyłania się z II edycji badania Deutsche Bank „Polskie firmy – kondycja, inwestycje

i ich finansowanie”.

Deutsche Bank po raz drugi przeprowadził kompleksowe badanie polskich przedsiębiorstw. To grupa niejednorodna, dlatego – wzorem ubiegłorocznej edycji raportu – w większości badanych aspektów zastosowano dodatkowe kryterium analizy: skalę działania (małe, średnie, i duże firmy) oraz zasięg terytorialny (lokalne, regionalne, ogólnopolskie, działające

w europejskiej i globalnej skali).

Badanie objęło łącznie reprezentatywną grupę 500 firm, w tym 72% małych (do 10 mln euro obrotu rocznego), 20,5% średnich (do 50 mln euro obrotu rocznego) oraz 7,5% dużych (powyżej 50 mln euro obrotu rocznego). Najczęściej reprezentowane były przedsiębiorstwa lokalne (32%) i ogólnopolskie (30%). 14% działa na skalę europejską, co dziesiąta – na skalę globalną.

– Polskie firmy wypracowały umiejętność funkcjonowania w warunkach ciągłej zmienności, a wręcz umieją obrócić ją na swoją korzyść. Wiele z nich mierzy się teraz z nowymi wyzwaniami: sukcesji czy konieczności znalezienia nowych źródeł wzrostu. Nasz cykliczny raport jest próbą odpowiedzi na to, czy polski biznes jest na te wyzwania przyszłości gotowy – mówi Leszek Niemycki, Wiceprezes Zarządu Deutsche Bank Polska.

ŚREDNIM I DUŻYM ŁATWIEJ

Zdolność do generowania zysku, zwiększania obrotów czy kreślenia ambitnych planów inwestycji i ekspansji rośnie wraz ze skalą działalności – to jeden z kluczowych wniosków

z tegorocznej edycji raportu Deutsche Bank Polska.

Zdecydowana większość firm, które wzięły udział w badaniu (61%) zadeklarowała, że w I połowie 2017 roku odnotowała zysk (rok temu – 64%); wzrost obrotów odnotowało 58% firm (wzrost z 42%). Uśredniony wynik całej badanej grupy nie oddaje jednak coraz wyraźniejszego rozdźwięku w sposobach, w jaki dobrą koniunkturę wykorzystują firmy różnej wielkości. Wzrost obrotów w I półroczu 2017 roku zadeklarowało 100% dużych firm (rok temu – 29%), 53% średnich (wzrost z 48%) i jedynie 36% małych firm (rok temu 43%). Podobne dysproporcje uwidaczniają się coraz mocniej w porównaniu firm lokalnych (tylko 22% wykazało wyższe obroty; rok temu – 42%) i działających w skali globalnej (tu odsetek firm, które poprawiły sprzedaż wzrósł z 49% w 2016 roku do 67% w 2017 roku).

– Najnowsze badanie pokazuje jeszcze wyraźniej niż rok temu, że niestety tworzy się coraz większa luka rozwojowa pomiędzy małymi i większymi firmami – komentuje Leszek Niemycki, Wiceprezes Zarządu Deutsche Bank Polska.

Narastająca luka rozwojowa widoczna jest także choćby w zamierzeniach odnośnie wzrostu zatrudnienia. Nowych pracowników chce zatrudnić w najbliższej przyszłości co druga średnia firma (rok temu 11%) i 38% dużych (wzrost z 22%). Dla porównania, do rekrutacji przymierza się jedynie 22% małych firm.

EKSPANSJA? DLACZEGO NIE?

Raport potwierdza, że polskie przedsiębiorstwa nabrały odporności, zaakceptowały nieprzewidywalność i zaczynają traktować ją jak biznesową szansę. Dowodzi tego choćby znacznie większa niż rok temu

gotowość do ekspansji. – W zeszłym roku zaledwie 4% firm działających jedynie w Polsce myślało o rozszerzeniu skali działania na inne kraje Europy. Dziś takie aspiracje ma niemal co trzeci ogólnopolski podmiot. Średnio pięciokrotnie większa jest także skłonność firm lokalnych do rozwoju na skalę regionalną, a regionalnych do ekspansji na skalę krajową – podkreśla Leszek Niemycki.

Swoje towary i usługi eksportuje 42% badanych firm, głównie średnie (60%) i duże (57%). 27% przedsiębiorstw planuje w nadchodzącym roku rozszerzyć działalność eksportową o nowe rynki. – Znacząco wzrosło także zainteresowanie dywersyfikacją eksportu – rok temu sprzedaż na rynki azjatyckie rozważało 10% eksporterów, dziś – niemal 30%. Dwukrotnie większa jest także chęć rozszerzenia kierunków eksportu o Afrykę i obie Ameryki – zauważa Maciej Sus, Dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, Deutsche Bank Polska

CZAS NA INWESTYCJE… I INNOWACJE

Wyniki badania jednoznacznie wskazują, że okres stagnacji w inwestycjach prawdopodobnie mamy już za sobą. 41% firm ma plany inwestycyjne na najbliższe 6 miesięcy. Największy optymizm inwestycyjny przejawiają przedsiębiorstwa średnie (62%) i duże (57%) oraz te, które działają na skalę europejską (87%) i globalną (63%). Inwestycje większych podmiotów powinny w dłuższym terminie dać impuls mniejszym firmom – obecnie jedynie co trzecia mała firma i co piąta lokalna rozważa inwestycje.

Listę celów inwestycyjnych otwierają – podobnie jak rok temu – wydatki na zwiększenie mocy produkcyjnych. Taki plan ma 60% z grona tych firm, które deklarują inwestycje. Niestety znacząco spadła skłonność do inwestycji w badania i rozwój – rok temu ten aspekt wskazało 21% badanych podmiotów, obecnie tylko niespełna 14%. – To właśnie innowacyjność jest długofalowo najsilniejszą dźwignią rozwojową. Wiedzą to duże firmy – do proinnowacyjnych wydatków przymierza się co drugi podmiot o obrotach powyżej 50 mln euro. Na drugiej szali są małe przedsiębiorstwa – na inwestycje w badania i rozwój stawia zaledwie 9% z nich – zauważa Maciej Sus, Dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, Deutsche Bank Polska.

MOBILIZUJĄCA KONKURENCJA

Ciekawych wniosków dostarcza część badania poświęcona barierom rozwoju. Wskazania przedsiębiorców

ułożyły się dokładnie w odwrotnej kolejności niż rok temu. Obecnie za największą barierę firmy uznają rosnącą konkurencję (na ten aspekt wskazało 30% badanych) i czynniki zewnętrzne (20%). Rok temu listę przeszkód otwierały utrudniony dostęp do finansowania (35% wskazań) i zatory płatnicze (26%). W tegorocznej edycji oba te aspekty znalazły się na końcu zestawienia. To potwierdzenie dobrej koniunktury, ale też coraz większej otwartości firm na różnorodne rozwiązania finansowe służące finansowaniu inwestycji czy poprawie płynności.

ŚRODKI WŁASNE ‐ NAJEPSZE

Koniunktura pozwoliła firmom ‐ zwłaszcza dużym - zgromadzić dość środków obrotowych, by to nimi właśnie finansować nowe inwestycje. W efekcie w skali roku silnie ‐ z 65 do 85% ‐ wzrósł odsetek wskazań na środki własne jako optymalne źródło finansowania inwestycji. Kredytem bankowym, podobnie jak rok temu, planuje wesprzeć swoje inwestycje 28% przedsiębiorstw. Najwyższą skłonność do sięgnięcia po kredyt przejawiają małe firmy (41%). Rośnie znaczenie leasingu ‐ wskazało go 22% badanych firm (rok temu ‐ 16%).

40% badanych podmiotów nie widzi potrzeby pozyskania dodatkowego kapitału z zewnątrz (rok temu ‐ 33%). ‐ Finansowanie zewnętrzne wciąż uważane jest za rozwiązanie ostateczne, gdy wyczerpią się inne możliwości. Wydaje się, że przedsiębiorstwa, które odważyłyby się pójść pod prąd i wspartyby kredytem inwestycje np. w nowe rynki czy automatyzację, mogłyby zyskać sporą premię w stosunku do konkurentów ‐ uważa Paweł Sienkiewicz, Dyrektor Departamentu Produktów Kredytowych, Deutsche Bank Polska. Podkreśla przy tym, że zdolność kredytową warto budować w dobrych czasach, traktując wynegocjowaną na trakcyjnych warunkach linię jako rezerwę na nagłe sytuacje, np. przejęcie innego podmiotu.

LOJALNY… JAK FIRMOWY KLIENT BANKU

Dziewięć na dziesięć firm nie planuje zmienić swojego banku. ‐ Lojalność klientów firmowych to dla instytucji finansowych wielkie zobowiązanie. Tworząc produkty i budując relacje, musimy pamiętać, że jesteśmy dla naszych klientów nie tylko dostawcą usług finansowych, ale także zaufanym partnerem w rozwoju ‐ podkreśla Maciej Sus.

Cena nie jest determinującym czynnikiem wyboru banku; największe znaczenie mają kryteria jakościowe: profesjonalna obsługa, wiedza i doświadczenie – tegoroczne badanie przyniosło umocnienie tej tendencji.

43% firm korzysta z usług jednego banku. Listę najbardziej popularnych produktów bankowych otwierają karta płatnicza, rachunek walutowy oraz lokata terminowa.

Z (LEKKIM) OPTYMIZMEM W PRZYSZŁOŚĆ

Wyniki raportu wskazują na to, że przedsiębiorstwa zbudowały solidny fundament pod przyszłe wzrosty. Czy one nastąpią? – Z tegorocznego badania wyłania się obraz istotnej poprawy aktywności firm, większej skłonności do wejścia na nowe rynki, mniejszych problemów

z płynnością i braku istotnych barier w dostępie do kredytu. Widać też pierwsze sygnały zwiększenia skłonności do inwestowania – ocenia Arkadiusz Krześniak, główny ekonomista Deutsche Bank Polska.

Według Arkadiusza Krześniaka w 2018 roku gospodarka Polski prawdopodobnie wzrośnie realnie o 3,6%, PKB strefy euro zwiększy się o 2,0%, a Niemiec – o 1,8%. – W przyszłym roku firmy staną w obliczu nowych wyzwań: dalszy spadek stopy bezrobocia sprawi, że większego znaczenia nabierze bariera wzrostu w postaci niedoboru pracowników i związana z nim konieczność inwestycji w technologie zmniejszające zależność od dostępu do taniej siły roboczej – uważa Arkadiusz Krześniak.

Prof. Małgorzata Bombol ze Szkoły Głównej Handlowej w komentarzu do raportu zwraca uwagę na to, że

w październiku wskaźnik optymizmu firm ankietowanych przez Pracodawców RP był najwyższy w 3,5-letniej historii badania. – W badaniu Deutsche Bank optymizm firm widać w dwóch obszarach: inwestycyjnym i związanym z zatrudnieniem – mówi prof. Małgorzata Bombol. W jej ocenie jednak ten optymizm ciągle jeszcze –walczy– z ostrożnością, a wiele badanych firm przyjęło postawę wyczekująco-przeczekującą.

Pełny raport: <https://deutschebank.pl/polskie-firmy-kondycja-persektywy-inwestycje-i-ich-finansowanie.pdf>

źródło: Deutsche Bank Polska Spółka Akcyjna