

# 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. &ndash; 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 &ndash; 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. &ndash; Znacząco wzrosło także zainteresowanie dywersyfikacją eksportu &ndash; rok temu sprzedaż na rynki azjatyckie rozważało 10% eksporterów, dziś &ndash; niemal 30%. Dwukrotnie większa jest także chęć rozszerzenia kierunków eksportu o Afrykę i obie Ameryki &ndash; zauważa Maciej Sus, Dyrektor Departamentu Klienta Biznesowego, Deutsche Bank Polska

## CZAS NA INWESTYCJE&hellip; 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 &ndash; obecnie jedynie co trzecia mała firma i co piąta lokalna rozważa inwestycje.

Listę celów inwestycyjnych otwierają &ndash; podobnie jak rok temu &ndash; 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 &ndash; rok temu ten aspekt wskazało 21% badanych podmiotów, obecnie tylko niespełna 14%. &ndash; To właśnie innowacyjność jest długofalowo najsilniejszą dźwignią rozwojową. Wiedzą to duże firmy &ndash; do proinnowacyjnych wydatków przymierza się co drugi podmiot o obrotach powyżej 50 mln euro. Na drugiej szali są małe przedsiębiorstwa &ndash; na inwestycje w badania i rozwój stawia zaledwie 9% z nich &ndash; 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 &dash; NAJEPSZE

Koniunktura pozwoliła firmom &dash; zwłaszcza dużym - zgromadzić dość środków obrotowych, by to nimi właśnie finansować nowe inwestycje. W efekcie w skali roku silnie &dash; z 65 do 85% &dash; 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 &dash; wskazało go 22% badanych firm (rok temu &dash; 16%).

40% badanych podmiotów nie widzi potrzeby pozyskania dodatkowego kapitału z zewnątrz (rok temu &dash; 33%). &dash; 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 &dash; 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&hellip; JAK FIRMOWY KLIENT BANKU

Dziewięć na dziesięć firm nie planuje zmienić swojego banku. &dash; 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 &dash; 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