

Marcin Idzik

Wybrane aspekty bankowej obsługi mikro i małych przedsiębiorstw

Ekonomiczne Problemy Usług nr 62, 87-96

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach dozwolonego użytku.

MARCIN IDZIK

Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie

WYBRANE ASPEKTY BANKOWEJ OBSŁUGI MIKRO I MAŁYCH PRZEDSIĘBIORSTW

Wprowadzenie

Polscy przedsiębiorcy są zgodni w ocenie, że ich firmy we współczesnej gospodarce nie mogłyby funkcjonować bez współpracy z bankami¹. Relacje przedsiębiorców z bankami są jednak rozdzielane na te związane z codzienną obsługą oraz obszar wiązany z kredytowaniem działalności przedsiębiorstwa². Duże znaczenie ma również ocena dotychczasowej współpracy z bankami, pochodną której są częściowo decyzje dotyczące strategii rozwoju, korzystania bądź nie z kredytu bankowego³.

Podstawowe pytanie, jakie zadają sobie przedsiębiorcy, brzmi: Czy banki są dla nich partnerami w prowadzonej działalności gospodarczej? W odpowiedzi na to pytanie reprezentanci sektora bankowego otwarcie przyznają, że firmy mikro, małe i średnie stanowią jeden z głównych obszarów rozwoju bankowości w Polsce⁴. W rzeczywistości jednak modele biznesowe bankowości przedsiębiorstw poza nielicznymi wyjątkami polegają na potraktowaniu przedsiębiorstw mikro oraz małych

¹ *Audyt bankowości mikrofirm 2010*, Research International Pentor, Warszawa 2010, s. 4–10.

² J. Kozioł, *20 lat transformacji polskiego sektora bankowego*, „Realia i co dalej” nr 4, Warszawa, 2008, s. 48–50.

³ *Warunki powstawania i działalności oraz perspektywy rozwojowe polskich przedsiębiorstw 2005*, GUS, Warszawa 2005, s. 16.

⁴ *Monitor Bankowy 2010*, Research International Pentor, Warszawa 2010, s. 6–8.

jako podobnych do segmentu detalicznego⁵. Podejście to pozostaje w sprzeczności z podstawowymi oczekiwaniami przedsiębiorców, jednak z perspektywy banków jest ekonomicznie uzasadnione⁶.

W opracowaniu na podstawie niepublikowanych dotąd wyników badań udzielono odpowiedzi na pytania: Czy banki są partnerami w działalności gospodarczej? Jakie są wyobrażenia przedsiębiorców o bankach funkcjonujących w Polsce? Jakie są oczekiwania przedsiębiorców wobec banków, na ile banki zaspokajają te potrzeby? Na jakie czynniki należy położyć szczególny nacisk, aby podnosić konkurencyjność polskich przedsiębiorstw poprzez zacieśnianie współpracy z bankami?⁷

Źródło danych empirycznych stanowiły wyniki badań przeprowadzonych przez Research International Pentor. Badanie realizowano metodą CAPI wywiadu bezpośredniego wspomaganego komputerowo, objęto nim próbę przedsiębiorstw liczącą N=1400, w tym odpowiednio próby liczące N=800 mikrofirm oraz N=600 firm małych i średnich⁸. Badanie zrealizowano w okresie kwiecień – maj 2010 roku.

1. Perspektywiczne segmenty rozwoju usług bankowych w 2010 roku

Zainteresowanie banków przedsiębiorstwami mikro, małymi i średnimi jest powszechne⁹. Przedstawiciele niemal każdego banku na polskim rynku oceniają, że warto obsługiwać te segmenty firm¹⁰. Zainteresowanie przez banki obsługą przedsiębiorstw ma jednak charakter koniunkturalny. W ujęciu *ex post* obserwowane są okresy wzmożonego zainteresowania bankową obsługą firm, lecz okresy te przypa-

⁵ V. Wallace, A. Herrick, *What Banking Leads to Become*, Strategy + Business, Issue 57, Booz&Co, Winter 2009, s. 45.

⁶ Ch. Skinner, *The future of banking In a globalised World*, John Wiley & Sons, Ltd, Chichester 2007, s. 76–84.

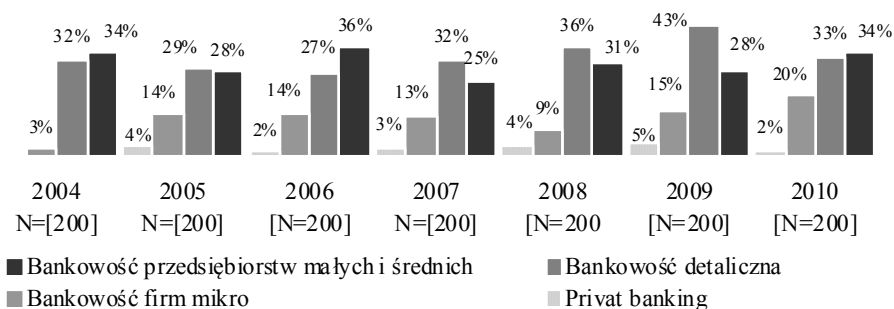
⁷ Kontynuację problematyki przedstawiono w opracowaniu *Wybrane problemy finansowania przedsiębiorstw mikro, małych i średnich*, zawartym w niniejszej publikacji. Poszukiwano odpowiedzi na pytanie: W jakim stopniu o zakresie i sposobie finansowania przedsiębiorstw decydują uwarunkowania po stronie podaży kredytów, a w jakim stopniu uwarunkowania po stronie popytowej.

⁸ Badaniem objęto reprezentatywną ogólnopolską losowo dobraną próbę kadry zarządzającej przedsiębiorstw. Przez przedsiębiorstwo mikro rozumiemy przedsiębiorstwo zatrudniające nie więcej niż 10 osób i mające roczny przychód netto poniżej 2 mln euro lub sumę aktywów w bilansie rocznym poniżej 2 mln euro, przedsiębiorstwo małe odpowiednio o przychodach rocznych netto 2–10 mln euro i zatrudnieniu 10–45 osób oraz przedsiębiorstwo średnie o obrotach 10–50 mln euro oraz zatrudnieniu 50–250 osób. Na podstawie wyników badań opracowano raport *Audyt bankowości mikrofirm 2010, Audyt bankowości MŚP 2010*.

⁹ *Monitor Bankowy 2010*, op. cit., s. 4–8.

¹⁰ *Ibidem*.

dają na czas korzystnej koniunktury gospodarczej¹¹. W okresie spowolnienia gospodarczego aktywność banków koncentrowana jest na segmencie klientów detalicznych (rys. 1). W 2010 roku co trzeci reprezentant banków za główny kierunek rozwoju wskazuje bankowość dla klientów indywidualnych, jednak równie ważne stały się dla banków usługi dla małych i średnich firm¹². Od 2008 roku na znaczeniu zyskuje także obsługa mikrofirm. Rosnące zainteresowanie przez banki obsługą firm wynika nie tylko z samego potencjału wyrażonego liczbą aktywnie działających w Polsce przedsiębiorstw, ale również we wzroście poziomu przedsiębiorczości, porównywanego do innych krajów europejskich czy też w zwiększeniu wykorzystania zewnętrznych źródeł finansowania¹³.



Rys. 1. Potencjalne obszary rozwoju usług bankowych w latach 2004–2010

Źródło: *Monitor Bankowy*, ZBP/Pentor, styczeń 2004–2010 r.

2. Banki jako podmiot otoczenia zewnętrznego przedsiębiorstw

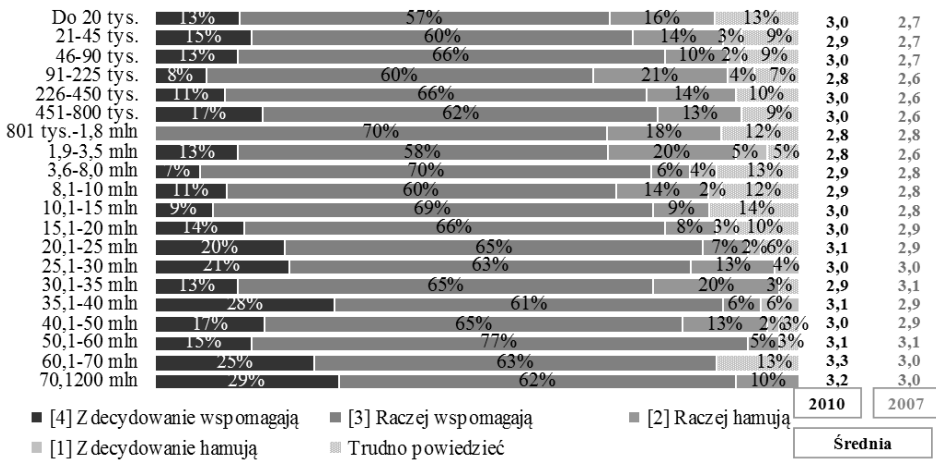
Przedsiębiorcy są w większości przekonani, że banki przyczyniają się do rozwoju przedsiębiorstw w Polsce, jednak poziom akceptacji tego twierdzenia zależy od wielkości przedsiębiorstwa mierzonej wartością przychodów (rys. 2). Banki zbierają bardziej przychylne oceny wśród firm notujących najwyższe przychody: blisko co trzecia firma o przychodach rocznych powyżej 70 mln zł ocenia, że banki zdecydowanie wspomagają rozwój przedsiębiorstw w Polsce, kolejne dwie trzecie jest zdania, że raczej przyczyniają się do ich rozwoju. Co dziesiąta firma w tej gru-

¹¹ J. Kozioł, *20 lat transformacji polskiego sektora bankowego*, „Realia i co dalej” nr 4, Warszawa 2008, s. 37–39.

¹² *Monitor Bankowy 2010*, op. cit., s. 4–8.

¹³ T. Gołębiowski, *Modele biznesu polskich przedsiębiorstw*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2008, s. 112–129.

pie prezentuje stanowisko, według którego banki mają ujemny wpływ na rozwój przedsiębiorstw w Polsce. Im niższe przychody firmy, tym większa jest grupa przedsiębiorców, którzy nie potrafią odnieść się do roli banków w rozwoju firm w Polsce. W porównaniu z 2007 rokiem średni poziom ocen podniósł się w większości badanych grup przedsiębiorców, co oznacza, że firmy doceniają znaczenie banków dla rozwoju przedsiębiorstw.



Rys. 2. Opinie przedsiębiorców o roli banków we wspieraniu rozwoju firm w Polsce ze względu na wysokość rocznych przychodów przedsiębiorstw

Źródło: *Audyt bankowości mikrofirm 2007, 2010; Audyt bankowości MŚP 2007, 2010, Pentor.*

Z raportu PARP¹⁴ wynika, że banki uważane są również za najważniejsze instytucje wsparcia działalności przedsiębiorstw. Z taką rolą kojarzy je dwie trzecie firm z sektora MŚP. Kolejne instytucje są za nimi daleko w tyle.

Cechą charakterystyczną relacji przedsiębiorców z instytucjami otoczenia biznesu w Polsce jest niewielka chęć przedsiębiorców do nawiązywania kontaktów z wszelkimi instytucjami wsparcia biznesu, także z bankami. Większą skłonność do współpracy z bankami przejawiają małe i średnie firmy (odpowiednio 23% i 33% wskazań) niż mikroprzedsiębiorstwa i samozatrudnieni (odpowiednio 10% i 8%).

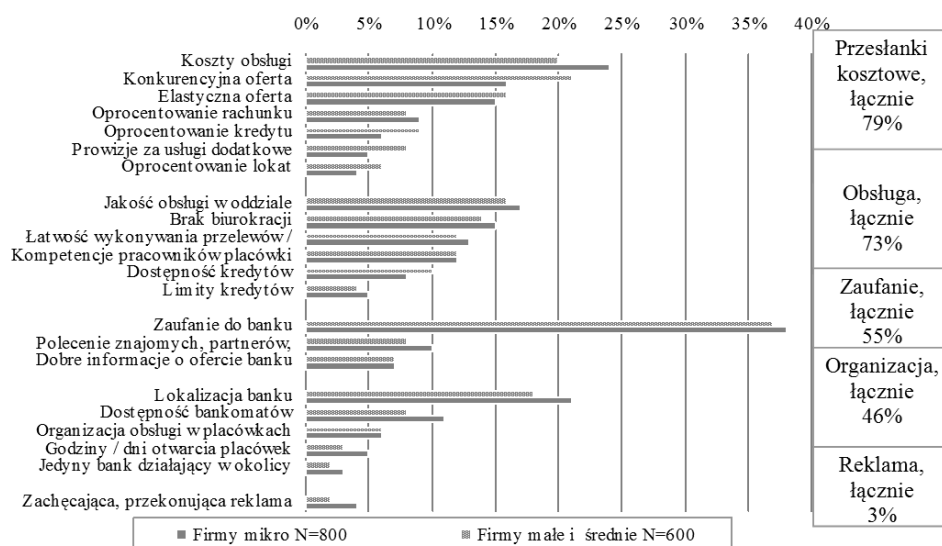
Ocena banków wynikająca z doświadczeń przedsiębiorstw ulega zmianom. W 2007 roku zdecydowana większość firm korzystających z usług banków oceniała je dobrze lub bardzo dobrze (82% wskazań wśród mikro i małych firm, 89% wśród

¹⁴ W. Orłowski, R. Pasternak, K. Flaht, D. Szubert, *Procesy inwestycyjne i strategie przedsiębiorstw w czasach kryzysu*, PARP, Warszawa 2010, s. 118–124.

średnich firm). W ciągu trzech lat wyraźnie zwiększył się odsetek ocen bardzo pozytywnych¹⁵. Zmiany w największym stopniu objęły grupę mikroprzedsiębiorstw, wśród których przed trzema laty 29% wystawiało bankom złe świadectwo, obecnie odsetek ten obniżył się do 15%.

3. Czynniki wyboru banku oraz zakres korzystania z usług bankowych

Przedsiębiorcy, decydując się na wybór banku, kierują się w głównej mierze cechami oferty: przede wszystkim kosztami współpracy, ale także aspektami merytorycznymi¹⁶. Bardzo ważne jest także zaufanie do banku. W ogólnej ocenie z grupy czynników funkcjonalnych dla przedsiębiorców najważniejsze są niskie koszty obsługi, konkurencyjna oraz elastyczna oferta, jakość obsługi w oddziale banku oraz sama lokalizacja placówki banku (rys. 3).



Rys. 3. Czynniki wyboru banku przez przedsiębiorców mikro oraz małych i średnich

Źródło: *Audyt bankowości mikrofirm 2010*; *Audyt bankowości MŚP 2010*, Pentor.

Przedstawiona hierarchia czynników wyboru banku ma jednak swoje konsekwencje, związane między innymi z priorytetami przyjmowanymi przez banki

¹⁵ *Audyt bankowości mikrofirm 2010*, Research International Pentor, Warszawa 2010, s. 84–115.

¹⁶ *Ibidem*.

w konstruowaniu oferty kredytowej dla przedsiębiorstw. Firmy MŚP są dla banków interesującą grupą klientów ze względu na wymóg posiadania przez firmy rachunku bankowego oraz wyższej aktywności transakcyjnej klientów biznesowych od klientów indywidualnych. Jednocześnie jednostkowe ryzyko kredytowania takich podmiotów jest wyższe niż firm dużych, a nawet klientów indywidualnych. Banki, nie ponosząc zbędnego ryzyka, są w stanie realizować wyniki finansowe na działalności operacyjnej związanej z bieżącą obsługą przedsiębiorstw. W tym kierunku skierowana jest strategia optymalizacji obsługi przedsiębiorstw.

Tabela 1
Korzystanie z produktów i usług bankowych przez przedsiębiorstwa w 2010 roku

Produkty i usługi bankowe		Odsetek przedsiębiorstw korzystających z usług (%)	
		Mikrofirmy	Firmy małe i średnie
Rachunki firmowe	rachunek bieżący pomocniczy	19	44
	rachunek inwestycyjny	8	22
	rachunek walutowy	6	20
	rachunek skonsolidowany	3	12
Karty	karty debetowe	47	56
	karty kredytowe	31	42
Rozliczenia i rachunki firmowe	transakcje wymiany walut	4	11
	zabezpieczenie przed ryzykiem kursowym	1	5
	faktoring krajowy	1	5
	akredytywa eksportowa	0	4
Produkty oszczędnościowe i inwestycyjne	lokaty terminowe złotowe	15	26
	fundusze inwestycyjne	10	17
	lokaty overnight	3	10
	lokaty terminowe walutowe	2	7

Źródło: *Audyt bankowości mikrofirm 2010; Audyt bankowości MŚP 2010*, Pentor.

Wszystkie przedsiębiorstwa posiadają rachunek bieżący, dodatkowo 44% MŚP oraz 19% firm mikro korzysta z konta pomocniczego (tab. 1). W porównaniu do mikro bądź małych przedsiębiorców znacznie częściej sięgają w stronę rachunków walutowych, zakładają lokaty terminowe walutowe oraz overnight, a także podejmują się negocjowania warunków usług bankowych. Dużo mniej niż połowa małych i średnich firm (38%) oraz 26% przedsiębiorstw mikro korzysta z kredytu w rachunku bieżącym, mniej niż jedna na trzy firmy zaciągnęła obrotowy kredyt złotowy lub korzysta z leasingu. Inne usługi, jak chociażby doradztwo podatkowe (9%) czy korzystanie z możliwości zarządzania płynnością firmy (4%) są zdecydowanie mniej popularne.

Tabela 1cd.

Korzystanie z produktów i usług bankowych przez przedsiębiorstwa w 2010 roku

Produkty i usługi bankowe		Odsetek przedsiębiorstw korzystających z usług (%)	
		Mikrofirmy	Firmy małe i średnie
Kredyty	kredyt w rachunku bieżącym	26	38
	kredyt obrotowy złotowy	18	31
	leasing	12	29
	kredyt inwestycyjny złotowy	6	13
	kredyt hipoteczny	6	9
	kredyt samochodowy	6	9
	kredyt obrotowy w walutach obcych	2	5
	kredyty preferencyjne	2	5
	kredyt inwestycyjny w walutach obcych	1	3
Usługi doradcze	doradztwo finansowe	9	22
	doradztwo podatkowe	4	9
Pozostałe usługi	gwarancje bankowe	3	12
	wrzutnia nocna	3	10
	negocjowanie warunków lokaty	2	8

Źródło: *Audyt bankowości mikrofirm 2010*; *Audyt bankowości MŚP 2010*, Pentor.

4. Ocena jakości współpracy przedsiębiorstw z bankami

Przedsiębiorcy są raczej zadowoleni z usług banków w ramach codziennej współpracy. Niezadowolenie manifestuje prawie co piąta firma, twierdząc, że nie poleciałaby swojego głównego banku innemu przedsiębiorstwu¹⁷.

Ogólna tendencja w ocenie banków przez przedsiębiorców wskazuje, że im większa firma, tym ocena współpracy jest korzystniejsza. Najniżej współpracę z bankami oceniają mikroprzedsiębiorcy, najwyżej natomiast przedsiębiorcy z segmentu średnich firm. Na przestrzeni lat 2007–2010 zarówno w grupie firm mikro, małych, jak i średnich obserwowana jest poprawa relacji z bankami (rys. 4).

¹⁷ *Audyt bankowości mikrofirm 2007*, Research International Pentor, Warszawa 2007, s. 12–15. *Audyt bankowości MŚP 2010*, Research International Pentor, Warszawa 2010, s. 12–15.



Rys. 4. Ocena zadowolenia z usług banków w latach 2007–2010 w grupie firm mikro, małych oraz średnich

Źródło: *Audyty bankowości mikrofirm 2007, 2010; Audyty bankowości MŚP 2007, 2010, Pentor.*

Zestawienie ze sobą ważności oraz przeciętnej oceny poszczególnych elementów współpracy pozwala ocenić jakość relacji banków z przedsiębiorcami dwuwymiarowo: pod względem ważności dla przedsiębiorców oraz oceny zadowolenia. Skrócone wyniki takiej analizy przedstawiono w tabeli 2. Bez względu na wielkość firmy elementy współpracy bardzo ważne i wysoko cenione przez przedsiębiorców to obsługa w ramach bankowości internetowej, kompetencje pracowników oraz szybkość wykonywania operacji bankowych. Małe i średnie firmy dodatkowo wysoko cenią uwzględnianie ich indywidualnych potrzeb. W przypadku mikrofirm jest to także cecha ważna, ale nisko oceniana. W grupie czynników ważnych dla przedsiębiorców, lecz nisko ocenionych, znajdują się wszystkie aspekty związane z kredytowaniem działalności przedsiębiorstw.

Oceniając zmiany w czasie, uwagę zwraca spadek zadowolenia przedsiębiorców mikro ze względu na niewystarczające uwzględnianie przez banki indywidualnych potrzeb mikroprzedsiębiorców. Pogorszenie w grupie firm małych i średnich wystąpiło również w obszarze współpracy z doradcą bankowym. Przedsiębiorcy formułują mocne zastrzeżenia, kwestionując kompetencje, zaangażowanie oraz obiektywizm bankowych doradców.

W porównaniu z 2007 rokiem spadł odsetek przedsiębiorców uskarżających się na problemy we współpracy z bankami¹⁸. Największa zmiana nastąpiła w grupie firm średnich, gdzie odsetek przedsiębiorstw mających problemy z bankami spadł z 23% w 2007 roku do 4% w 2010 roku. Podobne tendencje, lecz w mniejszej skali

¹⁸ *Ibidem.*

dotyczą firm małych – odpowiednio spadek z 16% do 6%, oraz firm mikro – spadek z 13% do 5%.

Tabela 2
Wybrane aspekty oceny współpracy przedsiębiorców z bankami w 2007 i 2010 roku

Wysoko oceniane i ważne aspekty obsługi w 2010 roku	
Mikrofirmy	– bankowość internetowa – kompetencje pracowników – szybkość rozliczeń
Małe firmy	– bankowość internetowa – kompetencje pracowników – szybkość rozliczeń – uwzględnianie indywidualnych potrzeb
Średnie firmy	– bankowość internetowa – kompetencje pracowników – szybkość rozliczeń – uwzględnianie indywidualnych potrzeb
Nisko oceniane i ważne aspekty obsługi w 2010 roku	
Mikrofirmy	– koszt udzielenia i oprocentowania kredytu – prowizje i opłaty związane z prowadzeniem rachunku – uwzględnianie indywidualnych potrzeb
Małe firmy	– koszty udzielenia i oprocentowanie kredytu – prowizje i opłaty związane z prowadzeniem rachunku
Średnie firmy	– koszty udzielenia i oprocentowanie kredytu – prowizje i opłaty związane z prowadzeniem rachunku
Cechy obsługi, z których zadowolenie spadło w okresie 2007–2010	
Mikrofirmy	– uwzględnianie indywidualnych potrzeb firmy
Cechy obsługi, których ważność spadła w okresie 2007–2010	
Małe firmy	– obsługa przez osobistego doradcę
Średnie firmy	– obsługa przez osobistego doradcę

Źródło: *Audyt bankowości mikrofirm 2007, 2010; Audyt bankowości MŚP 2007, 2010*, Pentor.

Podsumowanie

Wzajemne stosunki między przedsiębiorstwem a bankiem bardzo często są zdeterminowane kulturą korporacyjną obu podmiotów. To właśnie ogólne zasady i wytyczne panujące zarówno w firmie, jak i w banku, wpływają na to, czy przedsiębiorca będzie traktowany indywidualnie, czy według przyjętych schematów. Bankom poza nielicznymi przypadkami jeszcze nie zależy na budowaniu długookresowych relacji, w szczególności z segmentem mikrofirm. Rynek ten jest klasyfikowany jako niedojrzały, mało stabilny.

Oferta kierowana do przedsiębiorców związanych z małym i średnim biznesem cały czas się jednak poszerza. Rozwiązania, które niedawno były dostępne tylko dla klientów korporacyjnych, dzisiaj znajdują się w pakietach przygotowanych dla sektora MŚP. Mimo tego przedsiębiorcy korzystają jedynie z podstawowego zestawu produktów bankowych dla firm. W wielu przypadkach przedsiębiorcy nie są jeszcze gotowi na przyjęcie takiej oferty. Dużo zależy również od świadomości przedsiębiorcy, który przed podjęciem decyzji o wyborze konkretnego pakietu usług bankowych powinien określić swoje obecne i przyszłe potrzeby finansowe oraz zastanowić się, jaki zestaw produktów czy usług bankowych będzie dla jego firmy najbardziej korzystny.

CHOSEN ASPECTS OF BANKING SERVICE THE MICRO-, SMALL AND MEDIUM – SIZED ENTERPRISES

Summary

The main line of the analysis consisted of the evaluation of the entrepreneurs' relationship with the banks. On the basis of the results of the research among the banks' representatives, we evaluated the magnitude of interest of the banking sector in serving the micro-, small and medium-sized enterprises. We also conducted a multifaceted evaluation of the banks as institutions of the external environment of the enterprises. The entrepreneurs' expectations from the banks were arranged in a hierarchy, and then the fulfillment of the expectations by the banks were also evaluated. On the basis of the current models of the banks' customer service of the enterprises, we analyzed the quality of the enterprises' cooperation with the banks. We identified the scope of using the banking products and a highly limited demand for the banking products on the part of the entrepreneurs. The influence of the economic crisis and the company's economic situation on the entrepreneurs' relationship with the bank was also presented. The empirical material was comprised of the results of the newest, unpublished, surveys among the entrepreneurs on a nationwide, representative sample of N=1400 micro-, small and medium-sized companies.

Translated by Andrzej Rozanoff