

Małe i średnie firmy w najlepszej kondycji od lat

2016-04-26 07:00:00

Mikro-, małe i średnie firmy są w najlepszej kondycji od lat - oceniają przedstawiciele Banku Zachodniego WBK na podstawie portfela kredytowego. Sektor ten jest siłą napędową gospodarki - 1,7 mln tego typu firm odpowiada bowiem za blisko 70 proc. PKB i większość miejsc pracy. Aby sprostać rosnącej konkurencji, sektorowi są potrzebne inwestycje w innowacje i zwiększanie obecności na rynkach zagranicznych.

- Potencjał małych i średnich firm dla wzrostu gospodarki w Polsce jest bardzo duży, ponieważ jest to 1,7 mln firm. One odpowiadają za bardzo dużą część naszej gospodarki i większość miejsc pracy. Jest duży potencjał, są też pewne problemy. Nasze małe i średnie firmy w zdecydowanej większości muszą wdrożyć nowe technologie - mówi agencji Newseria Biznes Feliks Szyszkowski, członek zarządu Banku Zachodniego WBK.

Jak podkreśla, dziś - oceniając portfel kredytowy - można powiedzieć, że kondycja firm z tego sektora jest bardzo dobra, a właściwie najlepsza od kilku lat. Zagrożeniem jest jednak rosnąca konkurencja, zarówno na rynku wewnętrznym, jak i na rynkach zagranicznych. Aby jej sprostać, sektor musi wdrożyć nowe technologie, również w badaniach i rozwoju. Drugą kwestią jest ekspansja na rynki zagraniczne. Z badania Instytutu Keralia Research przeprowadzonego na zlecenie firmy Atradius wynika, że swoje produkty lub usługi sprzedaje za granicą ponad 1/4 firm z tego sektora. 97 proc. z nich podkreśla, że sprzedaż ta wiąże się jednak z trudnościami. Najczęściej wymieniają one ryzyko walutowe, ryzyko transakcyjne czy pozyskanie wiarygodnego kontrahenta.

- Małe i średnie firmy radzą sobie na rynkach zagranicznych coraz lepiej. Jest jednak parę barier, które sprawiają wiele problemów. Na przykład zapoznanie się z regulacjami na tamtych rynkach czy znalezienie kontrahentów - mówi Szyszkowski.

W lutym eksport z Polski przekroczył 62,6 mld zł - wskazuje raport KUKE. To wynik o 7,4 proc. lepszy niż w styczniu i o 8,7 proc. wyższy niż rok wcześniej. KUKE szacuje, że w całym 2016 roku sprzedaż zagraniczna będzie o 8,3 proc. wyższa niż w 2015 roku, a w 2017 roku tempo może być jeszcze wyższe - +9,5 proc.

Przedstawiciele Grupy Santander, do której należy Bank Zachodni WBK, podkreślają, że jej przewagą jest bardzo rozbudowana sieć placówek w różnych krajach.

- Jesteśmy obecni w 14 różnych regionach, co daje nam ogromne możliwości w spieraniu MŚP w dostępie do nowych rynków. Takie narzędzia jak

portal SantanderTrade.com, Santander Trade Club czy International Desk to duże ułatwienia dla firm, które chcą wyjść poza lokalny rynek i rozwinąć się za granicą - podkreśla Javier Castrillo Penadés, szef Global SME Banking w Grupie Santander.

W serwisie SantanderTrade.com firma może uzyskać informacje na temat 185 rynków pod kątem ich atrakcyjności inwestycyjnej, np. sytuacji makroekonomicznej, demograficznej, analizy eksportu i importu. Może też skorzystać z 25 tys. raportów i 40 baz danych z całego świata.

- Naszą strategię dla sektora MŚP trzeba rozwinąć w kontekście misji grupy, jaką jest wsparcie firm w rozwoju. Chcemy, by Grupa Santander była najlepszym partnerem dla tych przedsiębiorstw. Oznacza to wspieranie MŚP we wszystkich aspektach rozwojowych, nie tylko w kontekście czysto finansowym. Chodzi o oferowanie im różnych usług o wartości dodanej, które pomogą im rozwijać się lepiej i szybciej - mówi Javier Castrillo Penadés.

Nowa strategia Banku Zachodniego WBK dla sektora MŚP opiera się na dwóch filarach. Bank chce być dla tych firm nie tylko partnerem finansowym, lecz także partnerem w rozwoju. Firma współpracująca z bankiem uzyska dostęp zarówno do instrumentów finansowych, jak i do rozwiązań pozafinansowych wspierających rozwój w wielu obszarach prowadzonego biznesu, również w eksporcie.

Dzisiaj w tym segmencie Bank Zachodni WBK ma ok. 15-proc. udział. Do 2018 roku - zgodnie z nową strategią - chce go zwiększyć do 20 proc. Cele banku zakładają pozyskanie 100 tys. nowych klientów z sektora MŚP. Chce także zwiększyć udział aktywnych klientów (dziś wynosi on ok. 75 proc.).

- Małe i średnie przedsiębiorstwa od banków potrzebują różnych produktów w zależności od tego, jakie to firmy i w jakiej są obecnie fazie rozwoju. Mikro- i małe firmy potrzebują zwykłych, prostych produktów bankowych: konta, kredytu obrotowego. Firmy średnie, szczególnie te, które właśnie inwestują, oprócz tych prostych produktów potrzebują też kredytów inwestycyjnych i produktów skarbowych. Wierzymy, że będą korzystać z naszego wsparcia, tak już jest teraz w przypadku naszej oferty okołofinansowej - mówi Feliks Szyszkiwicz.

Źródło:  **NEWSERIA**
AGENCJA INFORMACYJNA
<http://www.newseria.pl>

