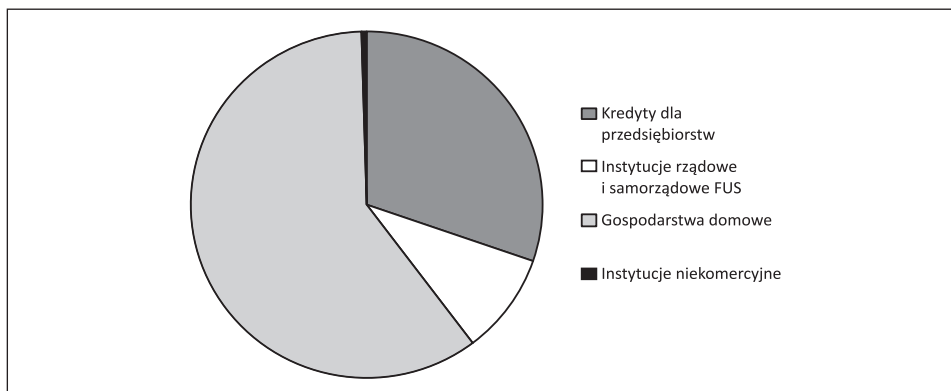


OCZEKIWANIA KLIENTÓW BANKOWOŚCI KORPORACYJNEJ WOBEC BANKÓW

Wprowadzenie

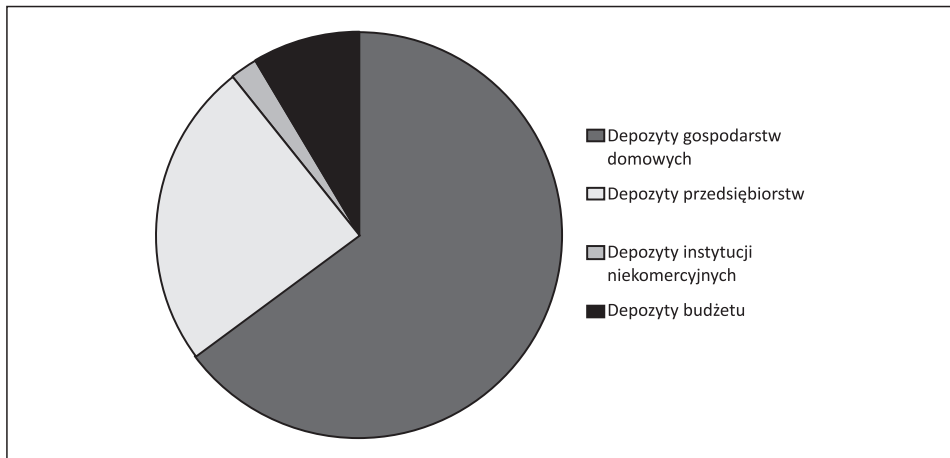
Po doświadczeniach kryzysu gospodarczego sektor finansowy w globalnym świecie jest jednym z kluczowych elementów wpływających na rozwoju lub recesję gospodarek narodowych. W Polsce ze względu na stosunkowo krótki okres rozwoju gospodarki wolnorynkowej szczególną rolę w systemie finansowym odgrywa sektor bankowy. Istotna rola banków polega głównie na obsłudze szeroko pojętych przepływów kapitałowych pomiędzy poszczególnymi podmiotami gospodarki oraz dostarczaniu kapitału gospodarstwom domowym, przedsiębiorcom, a także budżetowi i jednostkom samorządu terytorialnego. Aktywność kredytowa sektora bankowego w obszarze przedsiębiorstw według danych Komisji Nadzoru Finansowego stanowi 30,3% (271,4 mld zł) kredytów ogółem udzielonych dla sektora niefinansowego i instytucji rządowych oraz samorządów (rys. 1).



Rys. 1. Struktura kredytów w sektorze bankowym w II kwartale 2012 roku

Źródło: KNF.

W bazach danych KNF nie wyodrębnia się bankowości korporacyjnej, która jako segment biznesu wyodrębniana jest w działalności banków komercyjnych i spółdzielczych. Obowiązek sprawozdawczy KNF wyodrębnia spośród kredytów dla przedsiębiorstw kredyty dla dużych przedsiębiorstw (107,5 mld zł w II kwartale 2012 roku) oraz odrębne kredyty dla instytucji rządowych i samorządowych (84,6 mld zł). Podobną sprawozdawczość w KNF obserwujemy w depozytach. Depozyty przedsiębiorstw stanowią 24,4% (185,1 mld zł) depozytów sektora niefinansowego i instytucji rządowych i samorządowych (rys. 2). Depozyty sektora budżetowego stanowią 8,6% (65 mld zł), zaś depozyty instytucji niekomercyjnych działających na rzecz gospodarstw domowych stanowią 2,2% (16,5 mld zł) depozytów ogółem sektora niefinansowego i instytucji budżetowych.



Rys. 2. Struktura depozytów w sektorze bankowym w II kwartale 2012 roku

Źródło: Ibid.

Ze względu na brak spójnych statystyk, trudno jest wyodrębnić spośród bankowości przedsiębiorstw wielkość obszaru bankowości korporacyjnej. W poszczególnych bankach inne są też poziomy segmentacji klientów zaliczanych do bankowości korporacyjnej oraz małych i średnich przedsiębiorstw. Kryteria klasyfikacji klientów bywają różne. Opierają się m.in. na wielkości przychodów, który osiągną klienci, lub na rodzaju sprawozdawczości. W piętnastu największych bankach w Polsce w 2011 roku według miesięcznika „Bank”¹ wyodrębniona przez nie bankowość korporacyjna stanowi 39% ich aktywności kredytowej i 35% depozytów. Znaczący jest także zysk z działalności korporacyjnej w tych

¹ Miesięcznik Finansowy „Bank” czerwiec 2012, nr 6.

bankach. Kształtuje się on na poziomie od 12% w PKO Banku Polskim do 63% w ING².

Działalność korporacyjna w polskim sektorze bankowym ma dalszą perspektywę rozwoju. Z ankiety skierowanej przez KNF do 47 krajowych banków komercyjnych i 19 oddziałów instytucji kredytowych, których aktywa na koniec lutego 2012 r. stanowiły około 94% aktywów całego polskiego sektora bankowego wynika, że portfel należności od sektora niefinansowego w 2012 roku będzie głównie determinowany poprzez wzrost portfela należności od przedsiębiorstw. Jego wzrost szacuje się na ok. 14%. Wzrost ten jest planowany w sektorze dużych przedsiębiorstw na poziomie 26% i w sektorze MSP na poziomie 6%.

Baza depozytowa w badanych bankach łącznie od przedsiębiorstw ma wzrosnąć o 10%, a od gospodarstw domowych o 11%. Depozyty bieżące sektora niefinansowego wzrosną o 7%, a depozyty terminowe w tym sektorze o 11%³. Wzrost wolumenu kredytów dla przedsiębiorstw jest znacznie wyższy niż kredytów dla gospodarstw domowych. Jest to pozytywna tendencja z punktu widzenia rozwoju gospodarczego kraju.

1. Problematyka badawcza

Bankowość korporacyjną często określa się jako bankowość relacyjną. Kluczową rolę w relacjach między bankiem a klientem jest identyfikacja przez banki indywidualnych potrzeb dużych klientów w zakresie produktów i usług bankowych oraz tempo ich realizacji. Kolejnym elementem wpływającym na możliwość zaspokojenia potrzeb klientów jest rachunek ekonomiczny danego przedsiębiorcy, jego kondycja finansowa, branża, w której działa oraz poprawność organizacji biznesu. Na podstawie takich kryteriów banki mogą właściwie odpowiedzieć na potrzeby klientów oraz ustalić opłacalność świadczonych usług. Zmienność otoczenia rynkowego powoduje konieczność ciągłego dopasowywania produktów bankowych do oczekiwań klientów korporacyjnych. Wymaga to stałego monitorowania rynku przez badania oczekiwań klientów wobec instytucji finansowych.

² Obliczenia udziałów bankowości korporacyjnej w depozytach, kredytach i dochodzie 15 największych banków za 2011 r. dokonano na bazie ich raportów rocznych i wyodrębnionej w nich działalności korporacyjnej. Nie wszystkie banki w raportach szczegółowo uwzględniają dochód z działalności korporacyjnej, niektóre, jak BRE Bank, z działalności przedsiębiorstw uzyskują 100% dochodu.

³ Informacja na temat planów finansowych banków na 2012 r. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Departament Bankowości Komercyjnej i Specjalistycznej oraz Instytucji Płatniczych, Warszawa, kwiecień 2012 r., s. 4-6.

To było ważną przesłanką do podjęcia tematu badawczego i próby odpowiedzi na dwa pytania:

- Jakie są bieżące potrzeby i oczekiwania klientów korporacyjnych wobec banków?
- Jakie są bieżące trendy na rynku klientów korporacyjnych w zakresie innowacyjnej obsługi bankowej (np. technologii, kosztów działania, legislacji itd.)?

W artykule podjęto próbę identyfikacji potrzeb klientów korporacyjnych w zakresie produktów i usług finansowych świadczonych przez banki i grupy finansowe. Badania przeprowadzono wśród 150 klientów korporacyjnych⁴ z terenu województw: pomorskiego, warmińsko-mazurskiego i podlaskiego od maja do lipca 2012 roku. W celu uzyskania wiarygodnych danych wykorzystano ankietę zawierającą 17 pytań. Ankieta połączona była z wywiadem ankietera, którego zadaniem było wyjaśnienie pytań i precyzyjne określenie oczekiwań klienta.

Treść pytań koncentrowała się na identyfikacji problemów badawczych i dających możliwość diagnozy i oceny oczekiwań klientów bankowości korporacyjnej.

2. Oczekiwania klientów wobec bankowości korporacyjnej

Uzyskane wyniki badań związane z pytaniem, jakie są bieżące potrzeby i oczekiwania klientów korporacyjnych wobec banków, pozwoliły na następujące stwierdzenia:

a) Bank partnerem przedsiębiorcy

Klienci korporacyjni oczekują, że bank będzie partnerem ich biznesu, a ich relacje będą trwale niezależnie od koniunktury gospodarczej i nacechowane zaufaniem oraz wsparciem banku w postaci indywidualnego doradztwa. Przedsiębiorcy i ich służby finansowo-księgowe wyrażają zainteresowanie uczestnictwem w szkoleniach produktowych w formie konferencji, szkoleń, happeningów itd. Interesujące bloki tematyczne to: bieżąca i przyszła sytuacja makroekonomiczna; stabilność kursu złotego wraz z perspektywą przystąpienia do strefy euro; produkty zabezpieczające ryzyko działalności (produkty skarbowe *trade-finance*); możliwości bankowości transakcyjnej, leasingu, faktoringu, kart i programów UE). Klienci oczekują głównie spotkań interaktywnych – rozmowy ze specjalistami i osobami, które bezpośrednio zajmują się produktami, tak aby właściwie

⁴ Ustalono kryterium klienta korporacyjnego jako klienta, który przekroczył 30 mln przychodów za 2011 rok. Ankietę, wywiad przeprowadzano z osobami decyzyjnymi w przedsiębiorstwach (właściciele, dyrektorzy finansowi, główni księgowi).

dopasować je do indywidualnych potrzeb klienta lub wymienić się doświadczeniem z przedsiębiorcami, którzy doświadczyli pozytywnych efektów zastosowania konkretnych rozwiązań finansowych.

b) Potrzeba poczucia stabilności współpracy z bankiem

Zagadnienie to wskazują przedsiębiorcy po doświadczeniach ostatniego kryzysu finansowego. Ograniczenie przez sektor bankowy finansowania działalności gospodarczej oraz konieczność poszukiwania przez przedsiębiorców nowych partnerów finansowych spowodowała spadek zaufania do banków i zwiększyły obawy co do nieprzewidzianych reakcji instytucji finansowych. Klienci banków w tym miejscu podkreślali, że cenią polski charakter banków jako element stabilności i bezpieczeństwa współpracy oraz pewną perspektywę prowadzonej przez nich działalności.

c) Elastyczna i sprawna współpraca z bankiem

Według badań klienci oceniają elastyczność, szybkość, sprawność obsługi przez zmniejszenie zakresu dokumentacji niezbędnej do zgromadzenia przy uruchamianiu współpracy i pozyskiwaniu środków z banków i instytucji finansowych. Klienci proponują zastępowanie dokumentacji, w tym urzędowej, oświadczeniami oraz przy zbieraniu dokumentów przyjmowanie skanów i formy elektronicznej dokumentów własnych, a oryginały dopiero jako warunek do podpisania umowy. Wskazują na łatwość dostępu do finansowania pod postacią wielocelowych limitów kredytowych dla klientów. Wyrażać się to może w pakietyzacji usług, w ramach jednego limitu klienci oczekują możliwości skorzystania z kredytu obrotowego, gwarancji, leasingów, faktoringu, transakcji skarbowych oraz niewielkich kredytów inwestycyjnych związanych z odtworzeniem majątku. Ponadto w zakresie kredytowania klienci oczekiwali usług kredytowych wyższego ryzyka. Za wyższą cenę skłonni są pozyskać kredyty przy mniejszym poziomie zabezpieczeń stosowanym przez banki na bardziej ryzykowne przedsięwzięcia oraz środki przekraczające ich zdolność kredytową. Oczekują także szybkiego dostępu do wpłaconych środków poprzez okienka kasowe lub za pomocą wpłat zamkniętych, wrzutni elektronicznych, bankomatów z możliwością wpłaty. Zarządzanie gotówką jest szczególnie ważne dla klientów sieciowych i prowadzących działalność handlową. Podkreślali oni konieczność natychmiastowego księgowania na ich kontach wpłat, tak aby mogli ze środków tych korzystać już w dniu wpłaty.

d) Produkty i usługi bankowe i okołobankowe

Klienci korporacyjni nie zgłaszali zapotrzebowania na nowe produkty i usługi bankowe. Koncentrują się bardziej na dopasowaniu funkcjonujących już rozwiązań w zakresie kredytowania, lokowania środków, zabezpieczenia ryzyka działalności czy bankowości transakcyjnej do ich indywidualnych potrzeb. Z wy-

wiadu wynika, że bardziej oczekują wskazania nowych rozwiązań finansowych. Inicjatywa w tym zakresie należy do banków. Duże przedsiębiorstwa, współpracując z kilkoma bankami, często też oczekują rozszerzenia podobnych rozwiązań funkcjonujących już w jednym banku na inne banki współpracujące. W tym przypadku zauważalne jest zjawisko kopiowania pomiędzy bankami tych produktów i usług finansowych, które właściwie zaspokajają potrzeby finansowo-bankowe klientów. Banki szybko adaptują i usprawniają nowe rozwiązania, oferując je innym klientom czy nawet całym branżom gospodarki. W zakresie oferty kredytowej przedsiębiorcy zwracali uwagę na:

- wprowadzenie kredytu konsolidacyjnego na spłatę różnego rodzaju kredytów w innych bankach (zarówno kredytów inwestycyjnych, jak i obrotowych) – przejęcia kredytowania z innego banku na takich samych warunkach spłaty przy zastosowaniu uproszczonej procedury udzielenia kredytu i bez aktualizacji wycen itp. – tzw. zastąpienie kredytodawcy,
- szybki dostęp do finansowania krótkoterminowego (do 5 miesięcy) – finansowanie konkretnych kontraktów w krótkim czasie w kwotach jednostkowych do 2 mln zł z zabezpieczeniem w formie przelewu wierzytelności z tego kontraktu,
- wprowadzenie kredytu w rachunku bieżącym do wysokości średniomiesięcznych obrotów na rachunku z zabezpieczeniem tylko w postaci przepływów.

W zakresie usług okołobankowych klienci korporacyjni wskazują na następujące potrzeby:

- wykorzystanie instytucji leasingowych jako operatora floty klientów oraz wzbogacenie oferty flotowej w karty przedpłacone,
- większą skłonność instytucji leasingowych do oferowania leasingu nieruchomości oraz większą elastyczność w kształtowaniu opłat wstępnych i końcowych w leasingu (w tym szersza możliwość odstępstwa od opłat wstępnych). Związane jest to z zainteresowaniem przedsiębiorców reinwestowaniem poniesionych nakładów w kolejną inwestycję. Zgłaszano także konieczność uproszczenia procedur udzielania leasingów niskokwotowych, aktualnie uproszczenia dotyczą przede wszystkim leasingów samochodów,
- faktoring krajowy i zagraniczny. Przedsiębiorcy oczekują obniżenia kosztów faktoringu głównie walutowego, odstąpienia od konieczności ubezpieczenia wierzytelności faktoringowych lub zmniejszenia stawek ubezpieczenia. Klienci banków widzą znaczne korzyści zastosowania faktoringu w bieżącej działalności rozliczeniowej, jednak przy założeniu mniejszych lub porównywalnych kosztów do finansowania obrotowego. Ponadto klienci korporacyjni sugerują wprowadzenie faktoringu odwrotnego; bardziej elastyczne wskaź-

niki koncentracji przy faktoringu – wprowadzenie możliwości przy dobrych partnerach 1-1; wprowadzenie kredytu powiązanego z faktoringiem.

e) Cena za usługi bankowe

Przedsiębiorcy oczekują dopasowania kosztów obsługi klientów do skali prowadzonej przez nich działalności. Przy wysokich kosztach obsługi depozytowej i transakcyjnej banki postrzegane są jako „drogie”. Inna sytuacja jest przy koszcie kredytu – klienci są skłonni zapłacić wyższą cenę za możliwość pozyskania finansowania. Akceptacja wyższej ceny od średniej rynkowej jest także przy kredytach inwestycyjnych i wysokokwotowych. Jest to efekt ograniczenia w ostatnich latach finansowania przedsiębiorstw i zaostrzonych wymogów oceny ryzyka przy przyznawaniu kredytów. Klienci banków posiadający wolne środki przelewają je pomiędzy bankami, oczekując najlepszych cen na bazie zapytań ofertowych określających wielkość i terminy środków do ulokowania.

f) Sprawna obsługa posprzedażowa

Przedsiębiorcy podkreślają szybkość realizacji transakcji zleczanych przez klientów, odpowiedzi na składane do banku reklamacje, naliczanie kar umownych czy reakcję na zgłaszane indywidualne potrzeby przedsiębiorstw. Istotnym czynnikiem współpracy z bankami jest systematyczny kontakt z indywidualnym opiekunem klienta – doradcą, dyrektorem. Dobrze wyszkolona i doświadczona kadra, jak podkreślają przedsiębiorcy, jest partnerem do rozmów o bieżącej złożoności biznesu i perspektywach jego rozwoju.

g) Biurokracja bankowa

Klienci korporacyjni wskazują na nadmierny formalizm bankowy. Związany jest on np. z koniecznością potwierdzania transakcji, podpisywania ogromnej ilości zobowiązań i regulacji, z którymi nie zawsze się zgadzają, lecz mają obowiązek ich przyjęcia do wiadomości i podpisania (regulaminy produktów i usług bankowych, taryfy prowizji, deklaracje o poddaniu się egzekucji, potwierdzanie transakcji na rynku walutowym, konieczność wypełniania ankiet o działalności bieżącej, szczegółowe dokumenty do monitoringów klienta i transakcji itd.).

h) Duża sieć oddziałów banku

Pomimo znacznego rozwoju bankowości elektronicznej oraz systemów komunikacji z klientem wielu przedsiębiorców uważa nadal za istotną możliwość bezpośredniej komunikacji w oddziale banku. Wiąże się to także z koniecznością zabezpieczenia obrotu gotówkowego dla sieci handlowych i przedsiębiorstw, które opierają się na masowych płatnościach.

i) Wspólna działalność marketingowa

Wielu dużych klientów korporacyjnych zgłaszało potrzebę wspólnej identyfikacji z bankiem, instytucją finansową. Istotne jest to szczególnie w okresie zała-

mania gospodarczego. Wspólna identyfikacja klienta z bankiem może sugerować jego pozytywnie zweryfikowaną wiarygodność finansową. W działaniach tych klienci oczekiwaliby np. wspólnych filmów reklamowych, promocji dla klientów banku lub pracowników firm obsługiwanych przez bank, organizowania konferencji, uzyskania miana „partnera finansowego”, którego nazwę zamieszczałiby na własnych materiałach reklamowych lub wspólnie wydawaliby karty *co-brandowe*.

j) Wysoka jakość bankowości osobistej

Klient korporacyjny, a w ramach jego działalności właściciele przedsiębiorstw i wyższa kadra zarządzająca oczekują kompleksowej obsługi w zakresie bankowości prywatnej o bardzo wysokich standardach, przy zachowaniu indywidualnego podejścia. Bank ma spełniać rolę głównie doradcy inwestycyjnego przy lokowaniu środków własnych oraz zapewniać szybki i globalny dostęp do tych środków.

3. Główne trendy oczekiwań klientów korporacyjnych w stosunku do banków

Na postawiony problem badawczy: Jakie są bieżące trendy na rynku klientów korporacyjnych w zakresie innowacyjnej obsługi bankowej (np. technologii, kosztów działania, legislacji itd.), uzyskano odpowiedzi pozwalające uszeregować je w trzy poruszane przez przedsiębiorców aspekty:

a) Uregulowania prawne oraz kryteria oceny ryzyka w bankach

Przedsiębiorcy wskazują na zwiększoną ostrożność banków przy ocenie kredytowej ich firm i przedsięwzięć inwestycyjnych. Wynika to z zastrzonych kryteriów oceny zdolności kredytowej w bankach (w okresie spowolnienia gospodarczego w Polsce i światowego kryzysu finansowego) oraz regulacji, tj. rekomendacje KNF (ograniczające ryzyko bankowe), wskaźniki koncentracji dla branż i zaangażowania w stosunku do pojedynczego klienta lub grupy kapitałowej. Przyczynę ograniczeń aktywności kredytowej banków ich klienci korporacyjni postrzegają także w obcym pochodzeniu kapitału bankowego. Banki z kapitałem zagranicznym przy pogarszającej się kondycji spółek matek nie są zainteresowane znacznym zwiększeniem zaangażowania kredytowego w lokalnych przedsiębiorstwach. Z tej przyczyny wielu klientów korporacyjnych otworzyło swoje rachunki i przeniosło finansowanie do banków z polskim kapitałem, w tym do banków spółdzielczych.

b) Kondycja finansowa przedsiębiorstw

Spowalniająca polska gospodarka wpływa na kondycję finansową przedsiębiorstw. Powoduje to ograniczoną zdolność kredytową firm, a w wielu przypadkach jej brak. Sytuacja taka prowadzi do konieczności podwyższania udziału kapitału własnego przez przedsiębiorców w planowanych inwestycyjnych oraz do zwiększenia zabezpieczeń i gwarantowania bieżącej działalności gospodarczej majątkiem osobistym klientów (właściciele, udziałowców). Przedsiębiorcy korporacyjni często przekazywani są w bankach do departamentów restrukturyzacji i windykacji, gdzie nie uwzględnia się ich skali działania i konieczności dalszego rozwoju, lecz ogranicza działalność i prowadzi egzekucję z majątku lub bieżących wpływów.

c) Zwiększenie funkcjonalności dotychczasowych kanałów komunikacji z klientem

Duże przedsiębiorstwa oczekują ciągłych prac nad usprawnianiem i uproszczeniem elektronicznej obsługi za pomocą bankowości internetowej i platform komunikacji z klientem. Przedsiębiorcy widzieliby stosowanie przez banki indywidualnych rozwiązań informatycznych dedykowanych do ich wymogów i specyfiki. Bankowość elektroniczna w swej prostocie powinna być także bezpieczna.

Podsumowanie

Opierając się na raportach czołowych banków w Polsce można przyjąć, że bankowość korporacyjna stanowi średnio 30% udziału w ich działalności biznesowej. Jest to istotny udział, który będzie się zwiększał w miarę poprawy sytuacji gospodarczej kraju. W poprzednich okresach obserwowano korelacje wzrostu zaangażowania banków w sektor przedsiębiorstw ze wzrostem gospodarczym, po kryzysie finansowym większa ostrożność banków spowodowała m.in. rozproszenie ryzyka w mniejsze zaangażowania i różne branże⁵. Mając za podstawę wyniki powyższych badań należy stwierdzić, że ograniczenia finansowania bankowości korporacyjnej są dziś zasadniczym zagadnieniem, z którym mierzą się przedsiębiorcy w relacji z bankami. Banki odgrywają zasadniczą rolę w dopływie kapitału obcego do przedsiębiorstw, proponując finansowanie poprzez tradycyjne formy, tj. kredyty, lub poprzez inne instrumenty finansowe, tj. finansowanie strukturalne, *project finance*, leasing, sekurytyzację aktywów, emisję obligacji, wykup lewarowany⁶.

⁵ B. Włodarczyk: Polski rynek kredytów w okresie światowego kryzysu gospodarczego. CeDeWu, Warszawa 2012, s. 138.

⁶ A. Pyka: Finansowanie działalności inwestycyjnej przedsiębiorstw. W: Współczesna bankowość korporacyjna. Red. A. Szelałowska. CeDeWu, Warszawa 2011.

W tym kontekście nie bez znaczenia są regulacje prawne wspierające przedsiębiorczość. Zmniejszanie barier legislacyjnych rozwoju przedsiębiorczości oraz pakiety stymulujące gospodarkę narodową (strefy ekonomiczne, środki z UE, ulgi podatkowe, wysokość stawek podatkowych oraz sposób ich rozliczania) spowodują także zwiększenie zainteresowania banków tym segmentem gospodarki. Zmniejszy to także konieczność poszukiwania przez sektor bankowy alternatywnych źródeł inwestowania kapitału, np. w gospodarstwa domowe (pomimo relatywnie większej efektywności kapitału w tym segmencie).

Opierając się na wynikach badań można stwierdzić, że potrzeby i oczekiwania klientów korporacyjnych wobec banków skierowane są na zwiększenie integracji dużych przedsiębiorstw z silnymi i bezpiecznymi bankami. Oczekiwano współpracy zarówno na poziomie produktowym, jak i wizerunkowym. „Partnerstwo w biznesie”, zdaniem przedsiębiorców, powinno opierać się nie tylko na efektach finansowych współpracy, lecz przede wszystkim na długotrwałej relacji gwarantującej bezpieczeństwo rozwoju przedsiębiorstwa, niezależnie od koniunktury gospodarczej. Oprócz wielu technicznych aspektów współpracy z bankami, dotyczących szczegółowych rozwiązań i usprawnień, należy zauważyć podnoszoną przez klientów potrzebę kompleksowej usługi (obsługi) finansowo-bankowej. Przedsiębiorcy chcą korzystać z produktów z grupy kapitałowej banku takich jak: bankowość osobista, leasing, faktoring, zarządzanie gotówką, towarzystwa inwestycyjne czy ubezpieczeniowe. Ważna jest przy tym odpowiednio duża skala działania banku, odpowiadająca możliwościom kapitałowym i organizacyjnym przedsiębiorcy. Wyniki badań pokazują, że obecnie klient korporacyjny nie oczekuje bankowości inwestycyjnej rozwiniętej w znacznej skali. Tę potrzebę wykazują tylko duże grupy kapitałowe oraz klienci o znaczeniu strategicznym dla gospodarki. Obserwacja ta jest zbieżna z badaniami przeprowadzonymi w 2009 roku w Europie Środkowo-Wschodniej. Autorzy wskazują, że klienci korporacyjni zadowoleni są z tzw. banków domowych – *house bank*, które oferują typowe produkty bankowe i w szerokim zakresie⁷.

Należy przyjąć, że rozwój dużych przedsiębiorstw i ich potrzeb finansowo-bankowych będzie postępował wraz ze zwiększającą się integracją gospodarki Polskiej z gospodarkami krajów rozwiniętych. Zwiększająca się transgraniczna kooperacja przedsiębiorstw będzie wymuszała stosowanie nowoczesnych rozwiązań i zwiększanie kapitałów. W związku z powyższym wymogi wobec bankowości korporacyjnej będą ciągle ewoluowały w kierunku nie tylko dopasowania

⁷ R. Heidrich, R. Ignatova, L. Janoskuti: At a crossroads: Corporate banking in Eastern Europe. „McKinsey on Corporate & Investment Banking” 2009, nr 8, s. 26.

produktów i usług zabezpieczających bieżące potrzeby firm, lecz w kierunku bankowości inwestycyjnej i instrumentów finansowych wspierających zdolności kapitałowe dużych przedsiębiorstw.

Literatura

- Heidrich R., Ignatova R., Janoskuti L.: At a crossroads: Corporate banking in Eastern Europe. „McKinsey on Corporate & Investment Banking” 2009, No. 8.
- Informacja nt. planów finansowych banków na 2012 r. Urząd Komisji Nadzoru Finansowego, Departament Bankowości Komercyjnej i Specjalistycznej oraz Instytucji Płatniczych, Warszawa, kwiecień 2012.
- Miesięcznik Finansowy „Bank” czerwiec 2012, nr 6.
- Pyka A.: Finansowanie działalności inwestycyjnej przedsiębiorstw. W: Współczesna bankowość korporacyjna. Red. A. Szelałowska. CeDeWu, Warszawa 2011.
- Włodarczyk B.: Polski rynek kredytów w okresie światowego kryzysu gospodarczego. CeDeWu, Warszawa 2012.

CORPORATE BANKING CLIENTS' EXPECTATIONS TOWARDS BANKS

Summary

The relations between entrepreneurs and banks are constantly changing. It results from the changes in the economic environment as well as the development processes taking place in enterprises. Banks are for the enterprises the main source of investing and turnover capital, at the same time stimulating their development. To some extent banks also add to the system of their internal control and warn against the enterprises' inefficient decisions. By fulfilling these functions they become, both directly and indirectly, institutions backing the economic development on the macroeconomic scale. In this article, a trial to identify and assess the big enterprises' expectations towards banks have been undertaken. The results of the research indicate the directions of changes which the banks should follow in order to fully match their offer with the needs and expectations of their corporate clients. The correctness of these relations and mutual satisfaction, supported by the realization of business, guarantees the development of enterprises and complies with the interests of national economy.