

Businessgate

FINANSE • INWESTYCJE • UBEZPIECZENIA

CAPITAL

**Polska bankowość
z najnowszymi
technologiami**

**Banki doceniają
klasę średnią**

**Czy mamy w Polsce
fundusz hedgingowy?**

**Trzeba odbudować
zaufanie do banków**

Polska bankowość z najnowszymi technologiami

Rozmowy o przyszłości sektora bankowego w Polsce zdominowały drugi dzień Europejskiego Kongresu Finansowego w Sopocie. Branża stoi przed szeregiem wyzwań, których źródłem będzie nie tylko polityka banków centralnych, ale również dynamiczny rozwój nowych technologii.

W debatach zorganizowanych w ramach VII edycji Europejskiego Kongresu Finansowego wzięli udział m.in. prezesi największych banków w Polsce, a także wielu zaproszonych ekspertów związanych z bankowością, innowacjami i bezpieczeństwem w świecie finansów.

Przedstawiciele sektora bankowego nie pominęli trudnych dla branży tematów. Wśród nich wystarczy wspomnieć nowe regulacje, niskie stopy procentowe, czy rosnące wymagania kapitałowe wobec instytucji finansowych.

Podczas sesji „Mapa wyzwań przed sektorem bankowym” zaproszeni prezesi banków skupili się m.in. na tym, co przyniosą spodziewane w Polsce podwyżki stóp procentowych. Odnosząc się do kwestii kredytów hipotecyjnych, Zbigniew Jagiełło, prezes PKO BP, stwierdził, że wzrost stóp procentowych (a więc i kosztów kredytów) będzie dużym wyzwaniem społecznym.

Z kolei Cezary Stypułkowski, prezes mBanku, zwrócił uwagę na ciągłą niepewność związaną z kwestią kredytów frankowych i ewentualnych rozwiązań, które zostaną zaproponowane kredytobiorcom.

Sporo miejsca podczas wtorkowych dyskusji poświęcono też temu, jak zmieni się polska bankowość w perspektywie najbliższych kilku lat, gdy jeszcze większą rolę zaczyną odgrywać w niej nowe technologie. Eksperti podkreślali, że Polska jest w świecie pokazywana jako przykład tego, że innowacje w branży finansowej można wprowadzać szybko, a klienci chętnie je przyjmują. Świadczy o tym m.in. wyjątkowo

szybki w skali globalnej rozwój płatności bezstykowych.

- Polska bankowość cieszy się sławą nowoczesnej, finansowo przystępnej. Jest to rynek konkurencyjny, a wszystkie technologie są tu wyraźnie bardziej zaawansowane niż w innych krajach Europy Środkowo-Wschodniej - podkreśliła Małgorzata O'Shaughnessy, dyrektor zarządzająca regionem Europy Środkowo-Wschodniej w Visa podczas dyskusji poświęconej innowacjom w bankowości.

- Obserwujemy to w SAP, jako partner technologiczny czołowych instytucji finansowych. Konsumenci otrzymują ogromną liczbę wygodnych narzędzi mobilnych i cyfrowych. Jednak lawinowy przyrost danych cyfrowych sprawia również, że instytucje finansowe muszą sięgać po coraz bardziej zaawansowane oprogramowanie i analitykę. Następuje automatyzacja wielu procesów, choćby transakcji giełdowych. Doświadczenia ostatnich lat pokazują, że bezpieczeństwo i stabilność technologii w branży

finansowej ma znaczenie dla całej globalnej gospodarki. Polska, choćby dzięki docenianym na świecie rozwiązaniom bankowości elektronicznej, może we wszystkie te procesy aktywnie i z sukcesem się włączyć - powiedziała Kinga Piecuch, Prezes Zarządu SAP Polska

Wyzwaniem jest jednak to, by banki nie pozostały w tyle. Stąd bardzo duże zaangażowanie całego sektora we wspieranie start-upów z branży finansowej. Przedstawiciele banków wskazywali podczas dyskusji, że w kwestiach związanych z rozwojem nowych technologii niezbędna jest współpraca wszystkich banków. Tylko w ten sposób można bowiem myśleć o tworzeniu projektów, które będą w stanie wzmocnić konkurencyjność instytucji finansowych w Polsce.

W czasie dyskusji nie zabrakło również opinii o tym, że spółki fintech, szukające innowacji w świecie finansów, powinny spoglądać znacznie szerzej niż tylko na rodzimy rynek. W Polsce wciąż brakuje bowiem start-upów, które byłyby gotowe walczyć na zagranicznych rynkach.

O tym, jak wspierać polski biznes za granicą rozmawiali też uczestnicy debaty pt. „Internacjonalizacja biznesu i wpływ zmian politycznych na europejski biznes”. Wskazywali, że ograniczanie barier w handlu oraz wsparcie ze strony polskich dyplomatów jest szczególnie ważne zwłaszcza teraz, gdy ekspansja na zagraniczne rynki staje się coraz trudniejsza.

Uczestnicy wtorkowych debat mieli również okazję poruszyć kwestie związane z udziałem kobiet w biznesie. W dyskusji pt. „Udział kobiet w zarządzaniu to droga do wyższej efektywności, a nie sprawiedliwości” poruszony został problem barier stojących na drodze do tego, by kobiety mogły częściej pełnić funkcje kierownicze.

www.krlconsultants.pl



Trzeba odbudować zaufanie do banków

Jednym z najważniejszych tematów poruszonych podczas trzeciego, ostatniego dnia VII Europejskiego Kongresu Finansowego, była kwestia budowy właściwych relacji pomiędzy bankami i ich klientami. Dyskutowano też o wsparciu, na jakie ze strony instytucji państwowych mogą liczyć małe i średnie przedsiębiorstwa, które stanowią aż 80% polskiej gospodarki. Powrócił również temat wzmocnienia pozycji polskich przedsiębiorstw w globalnym łańcuchu tworzenia wartości (GVC). Jednak najważniejszy był końcowy akord EKF, którym było przedstawienie Rekomendacji wypracowanych przed Kongresem i w trakcie jego trwania przez kilkudziesięciu ekspertów reprezentujących zarówno świat finansów, jak i naukę oraz biznes.

Jak mówili uczestnicy debaty nt. relacji banków z ich klientami, instytucje finansowe stanęły przed koniecznością poprawy swoich relacji z konsumentami. Zaniedbania w tym zakresie są już nawet definiowane jako osobna kategoria ryzyka. Ten problem na polskim gruncie dał o sobie znać w ostatnich latach przede wszystkim z powodu proponowania klientom nieadekwatnych dla nich produktów finansowych, w tym kredytów hipotecyjnych denominowanych w walutach zagranicznych.

Banki dostrzegają ten problem i większość z nich (67 proc.) w celu poprawy sytuacji starają się poprawić jakość szkoleń dla pracowników, w grę wchodzi też np. coraz dokładniejsze monitorowanie ryzyka relacji z klientami. W dobie mediów społecznościowych, jakiegokolwiek działania - które mogłyby zostać uznane za niewłaściwe przez klientów - po prostu się nie opłacają. Stąd np. tendencja do pozbywania się wszelkich „gwiazdek” i „drobnego druku” w przekazach reklamowych. Nie zmienia to faktu, że

im bardziej skomplikowany produkt, tym większa odpowiedzialność spoczywa na sektorze finansowym. Nie może być miejsca na naruszenia etyczne, mówił Marek Niechciał z UOKiK.

Kwestia granicy pomiędzy odpowiedzialnością banku a klienta wzbudziła największą dyskusję. Przedstawiciele sektora bankowego argumentowali, że regulacje nie mogą całkowicie zwolnić klientów z odpowiedzialności za podejmowane decyzje finansowe. Jak mówił Wojciech Pantkowski z Pekao SA., „bank nie powinien przekraczać granicy i decydować za klienta. Powinien udzielić klientowi wyczerpujących informacji, rozwiązać wątpliwości. Ale gdy klient podejmie już decyzję, to od tej pory odpowiedzialność za jej skutki bierze na siebie”.

Ważnym obszarem gospodarki, który wymaga dobrej współpracy nie tylko z sektorem bankowym, ale także z instytucjami państwa, są małe i średnie firmy. Potrzebują one środków na rozwój, a z pomocą w ich uzyskaniu przychodzi państwo. Jednak przedsiębiorcy nie zawsze

wiedzą, do których instytucji i po co mogą się zgłosić.

Wśród instytucji rządowych nakierowanych bezpośrednio na wsparcie dla sektora MŚP ważne miejsce zajmuje Polski Fundusz Rozwoju (PFR), który uruchomił projekt PFR Ventures. Nowy podmiot ma w planie udzielanie wsparcia spółkom na każdym etapie rozwoju. Będzie działał jak „fundusz funduszy”, inwestujący w perspektywiczne przedsięwzięcia. Młodzi naukowcy szukający szans na skomercjalizowanie swoich pomysłów mogą z kolei poszukać swoich szans w NCBI. Ta instytucja oferuje szereg programów, w których start-upy mają możliwość znaleźć nie tylko finansowanie projektów, ale również wsparcie merytoryczne. Natomiast w PAIH oraz KUKE pomocy mogą szukać przedsiębiorcy, którzy chcą się rozwijać na rynkach zagranicznych.

Aktywność międzynarodowa firm jest niezwykle ważna, bo służy podwyższeniu pozycji polskich firm w globalnym łańcuchu tworzenia wartości (GVC). Wprawdzie Polska notuje szybki wzrost udziału wartości dodanej w gospodarce oraz w eksporcie. W latach 1995-2014 udział wartości dodanej absorbowanej zagranicą wzrósł w przypadku naszego kraju aż o 18,1 pp. Jednak zbliżamy się do punktu, w którym optymistyczne wskaźniki mogą zwolnić ze względu na wyczerpywanie się prostych metod budowania wartości dodanej.

Od momentu wybuchu kryzysu w 2009 r. aż 80% wzrostu gospodarczego w Polsce jest związane właśnie z GVC. Tym bardziej niepokojące jest to, że duża część naszej przewagi konkurencyjnej jest oparta na niskich kosztach, w tym pracy, które w najbliższych latach z pewnością będą rosły. Jednak to nie jedyna ciemna chmura nad wskaźnikami dotyczącymi aktywności polskich firm w GVC. Kolejne to: starzejąca się kadra techniczna i brak ich następców, co jest wynikiem likwidacji techników, wysokie koszty energii (z punktu widzenia przemysłu energochłonnego energia jest obecnie w Polsce dwa razy droższa niż w Niemczech), czy brak polityki wizowej, która wspierałaby import do Polski osób z konkretnym wykształceniem.

Niewykorzystaną wciąż szansą na ekspansję zagraniczną polskich firm są gigantyczne fundusze w gestii takich organizacji jak ONZ czy Bank Światowy. Pieniądze te są przeznaczane na rozwój słabo rozwiniętych obszarów świata, są to czasem olbrzymie projekty jak np. rozwój bankowości mobilnej w Afryce, jednak polskie firmy niezmiernie rzadko uczestniczą w przetargach, które są organizowane przez te organizacje. Potrzebna jest większa aktywność polskich firm w tym obszarze.

www.krlconsultants.pl

Banki doceniają klasę średnią

Polskie społeczeństwo bogaci się. Rośnie liczba osób, które możemy określić jako klasę średnią, czyli filar gospodarki każdego wysoko rozwiniętego kraju.

Z danych Eurostatu wynika, że kiedy przystępowaliśmy do Unii Europejskiej, średnia siła nabywczą netto Polaków miała wartość 8 tys. euro, podczas gdy w Portugalii wynosiła 12,1 tys., w Niemczech 21 tys., a w Wielkiej Brytanii 29 tys. euro. Tymczasem już w 2015 r. siła nabywczą polskiego singla, zarabiającego przeciętną krajową, wynosiła netto ponad 15,14 tys. euro. To wzrost niemal dwukrotny!

Konsumpcja rośnie

Poprawiają się też nastroje społeczne. Z badania CBOS, przeprowadzonego w maju br., wynika, że są one obecnie najlepsze w historii. - Pod względem materialnym żyje się nam coraz lepiej, co przekłada się wprost na nasze codzienne zachowania konsumpcyjne - mówi Monika Szlosek, Dyrektor Bankowości Detalicznej i Inwestycyjnej Deutsche Bank.

W krajach rozwiniętych banki już wiele lat temu zauważyły, że tzw. klasa średnia ma odmienne potrzeby niż pozostali klienci. Dla instytucji finansowych za granicą jest to wręcz jedna z kluczowych grup. W Polsce - stosunkowo nowy fenomen, podobnie jak w innych krajach naszego regionu.

Kim jest klient premium?

- Niekoniecznie musi być to milioner korzystający z tzw. private banking. Do grupy tej zaliczają się już osoby, których średnie miesięczne zarobki wynoszą 5-7 tys. zł netto - tłumaczy ekspert Deutsche Bank. - Jak wynika z naszych doświadczeń ze współpracy z klientami premium, szczególnie cenią oni przekrojową ofertę z zakresu rozwiązań transakcyjnych, korzystne warunki przy zaciąganiu kredytów oraz ciekawą ofertę inwestycyjną, ułatwiającą budowanie kapitału na przyszłość.

Potwierdzeniem tych wniosków jest przeprowadzone przez Deutsche Bank badanie. - Sondaż, na którego podstawie powstał raport „Portret zamożnego Polaka - Klienta Premium”, wyraźnie pokazuje, że są to osoby o większej niż przeciętna świadomości ekonomicznej, a także wiedzy o mechanizmach gospodarki rynkowej - ocenia Monika Szlosek. - Z drugiej

Jak wynika z naszych doświadczeń ze współpracy z klientami premium, szczególnie cenią oni przekrojową ofertę z zakresu rozwiązań transakcyjnych, korzystne warunki przy zaciąganiu kredytów oraz ciekawą ofertę inwestycyjną, ułatwiającą budowanie kapitału na przyszłość.

strony widać, że niektóre oczekiwania wobec banków są spójne z tymi wyrażanymi przez ogół Polaków.

Przyzwyczajenie do braku opłat

Podobnie jak przeciętny Kowalski, zamożny klient nie chce płacić za konto ani za korzystanie z krajowych bankomatów. Co drugi bierze pod uwagę oprocentowanie środków na rachunku, a 45 proc. bezpłatne wypłaty z bankomatów za granicą. Oczekiwania zamożnych klientów w zakresie kart płatniczych mają podobny wydźwięk.

- Brak opłat za podstawowe czynności bankowe to wciąż kluczowa kwestia, również dla osób osiągających wysokie zarobki



Monika Szlosek
Dyrektor Bankowości Detalicznej
i Inwestycyjnej Deutsche Bank

- mówi ekspert Deutsche Bank. - Jednak to nie wystarczy, żeby zamożny Polak poczuł się rzeczywiście doceniony przez bank. Klient premium może oczekiwać dodatkowych korzyści, np. możliwie wysokiego oprocentowania rachunku, dołączonej do niego lokaty, czy opcji korzystnego limitu w koncie - wylicza.

Bank na wyciągnięcie ręki

Dla wielu niezwykle istotną kwestią jest sposób kontaktu z bankiem. Obecnie większość instytucji finansowych skupia się na rozwijaniu kanałów online, w tym mobilnych.

- W przypadku klientów premium w tej kwestii trzeba jednak zachować pewną równowagę, ponieważ duża ich część docenia kontakt z profesjonalnym doradcą. Możliwość takiej rozmowy traktuje jako kluczowy czynnik wyboru partnera bankowego, dający poczucie bezpieczeństwa - mówi Monika Szlosek.

Preferencje w tym zakresie są najczęściej uwarunkowane wiekiem klienta. Osoby dojrzałe doceniają przede wszystkim kontakt z doradcą, natomiast te poniżej 34. roku życia są dużo bardziej otwarte na wykorzystywanie internetu.

- Trend ten będzie w najbliższych latach przybierał na sile, wraz z wchodzeniem w dorosłość kolejnych „cyfrowych” pokoleń - mówi Monika Szlosek. - Nasze badanie pokazuje, że znaczenie nowych technologii ułatwiających korzystanie z usług bankowych jest istotne dla większości z nich. Dotyczy to zarówno strony czysto transakcyjnej, jak i w coraz większym stopniu zdalnego inwestowania z wykorzystaniem online'owych platform, takich jak np. nasz dbNavi do porównywania i zakupu jednostek funduszy inwestycyjnych - dodaje.

mBank.pl/pb

Nie chodzi o pieniądze

Chodzi o **Twoje** pieniądze

Twój private banking

mBank

Czy mamy w Polsce fundusz hedgingowy?

Hedge fund – fundusz hedgingowy jako termin określający wehikuły służące inwestowaniu alternatywnemu praktycznie w ogóle nie funkcjonuje w Polsce. Czyżby Polacy nie byli zainteresowani klasą aktywów, która dysponuje globalnie 3 bilionami USD aktywów?

Branża zarządzania aktywami w Polsce terminu fundusz hedgingowy nie używa w ogóle, co nie znaczy że w Polsce nie ma czegoś co wygląda i robi to co fundusz hedgingowy. Możemy się tylko domyślać dlaczego tak jest. Fundusz hedgingowy nie ma jasnej i jednej definicji. W zasadzie każdy fundusz inwestycyjny, który nie ma benchmarku, używa instrumentów pochodnych, krótkiej sprzedaży i dźwigni finansowej może zostać podciągnięty pod tę kategorię. Termin, który funkcjonuje w Polsce to natomiast „fundusze absolutnej stopy zwrotu” – czyli funduszy mających generować zyski niezależnie od warunków rynkowych. Według danych rynkowych IZFiA, aktywa tej grupy to 15,95 mld PLN na koniec kwietnia 2017 r., co stanowi 5,8% rynku funduszy w ogóle i blisko dwukrotnie więcej, gdy wyłączymy aktywa funduszy niepublicznych.

Czy absolutna stopa zwrotu równa się fundusz hedgingowy?

W USA fundusze hedgingowe nie są publiczne – do tego stopnia, że największe z nich nie posiadają nawet strony internetowej. Ich działalność nie podlega ścisłej regulacji prawnej. Z ich działalnością wiąże się też złe postrzeganie wizerunek krwiopijców i bezwzględnych spekulantów. Z funduszami hedgingowymi w USA kojarzy też kilka spektakularnych upadków, by wymienić choćby Long Term Capital Management. Inny przykład hedge fund – Soros Fund Management, który zasłynął doprowadzeniem Bank of England do olbrzymich strat być może nie czynnikiem, z którym warto być biznesowo kojarzonym wobec klientów detalicznych.

Grupa funduszy absolutnej stopy zwrotu, która zdobyła serca co dziesiątej złotowce inwestowanej w fundusze niededykowane w Polsce jest dość podobna do hedge funds pod względem prawnym. Dominują niepubliczne fundusze inwestycyjne, których rozwój nastąpił po 2011 roku, kiedy zliberalizowane zostały przepisy dotyczące tworzenia FIZ. Od grudnia 2011 nastąpił szybki rozwój opartych o rodzimy kapitał i polskich zarządzających Towarzystw Funduszy Inwestycyjnych i zakończył de facto dominację zagranicznych grup kapitałowych afiliowanych z bankami lub firmami ubezpieczeniowymi na polskim rynku. Niepubliczny Fundusz Inwestycyjny Zamknięty może być przeznaczony dla ograniczonej grupy inwestorów (do 149) przy barierze 40.000 EUR minimalnej wartości inwestycji. Posiada on znacznie szersze możliwości inwestycyjne niż fundusze inwestycyjne otwarte – może inwestować nawet na rynku niepublicznym, albo w nieruchomości. Polityka inwestycyjna takiego funduszu zapisana w statucie określa w co może on inwestować.

Wracając do tytułowego pytania – mamy w Polsce blisko 16 mld aktywów w funduszach, które są zainwestowane w czymś co w dużej mierze wygląda i działa jak fundusze hedgingowe. Branża zdecydowała się nie używać tego terminu, co należy uszanować. Gdyby ktoś jednak poszukiwał funduszy hedgingowych w Polsce, być może ma na myśli hasło absolutna stopa zwrotu.

Adam Łaganowski
dyrektor sprzedaży OPOKA TFI S.A.

Wynajmij malkontenta - o zaletach zarządzania ryzykiem

Risk manager to człowiek, który mówi, dlaczego twój projekt zakończy się katastrofą a ty mu za to płacisz.

W poprzednim artykule omówiłem rolę zarządzania kryzysowego w ochronie naszego wizerunku. Choć oczywiście doceniam je, zawsze lepiej jest kryzysom zapobiegać, niż później minimalizować ich skutki. Takie właśnie jest zadanie zarządzania ryzykiem w firmach.

W wielu korporacjach członkowie zarządu mają zakaz latania tym samym samolotem - na wypadek katastrofy organizacja nie zostanie sparaliżowana.

Risk management, również pod względem wizerunkowym, jest tym ważniejsze, im więcej firma ma do stracenia. W przypadku spółek giełdowych jakkolwiek kryzys może oznaczać nawet miliardowe straty w bardzo krótkim czasie. Z tego względu do każdego większego projektu zatrudnia się w nich risk managerów – ludzi, którzy szukają dziury w całym i znajdują możliwie najwięcej powodów dla których przedsięwzięcie miałyby się zakończyć kląpą.

Niezbędny maruda

Jednym z podstawowych narzędzi pracy risk managera jest rejestr ryzyk, gdzie spisuje się wszystkie możliwe problemy wraz z prawdopodobieństwem ich wystąpienia



Adam Sanocki
Partner Zarządzający Attention Marketing,
Prezes Attention Marketing Institute

oraz zagrożeniem dla firmy, jakie ze sobą niesą. Podawana jest również waga ryzyka (iloczyn prawdopodobieństwa wystąpienia oraz stopnia wpływu na firmę) i w zależności od tego wskaźnika, potencjalne wydarzenia są szeregowane. Przy potencjalnych problemach wielkiej wagi tworzone są procedury postępowania lub firma skupia się na ich eliminacji.

Dobry risk manager jest dociekliwy i ma w sobie coś z detektywa. Tam, gdzie firma realizująca wielki projekt infrastrukturalny widzi plac budowy, on szuka działań z nieuregulowaną sytuacją prawną oraz

Risk management, również pod względem wizerunkowym, jest tym ważniejsze, im więcej firma ma do stracenia. W przypadku spółek giełdowych jakkolwiek kryzys może oznaczać nawet miliardowe straty w bardzo krótkim czasie.

obszarów lęgowych zagrożonych gatunków ptaków. Gdy do pracy ruszają pierwsze maszyny, on prześwietla partnerów biznesowych i sprawdza, czy są wypłacalni oraz czy nie mieli konfliktów z prawem. Wszystko po to by dbać o reputację swojego klienta.

Jeden ze znanych mi risk managerów, zauważył, że osoba odpowiedzialna za projekt, po firmowej imprezie z alkoholem wracała do domu samochodem. Dopisał ten czynnik do listy i przedstawił zarządowi. I słusznie, bo dla firmy nagłe zniknięcie kluczowego project managera ze względu na wypadek lub aresztowanie byłoby znacznym utrudnieniem.

Triumf zdrowego rozsądku

Samo wskazywanie ryzyka nie miałoby sensu gdyby nie wcześniejsze eliminowanie zagrożenia oraz zapobieganie potencjalnym katastrofom. W wielu korporacjach członkowie zarządu mają zakaz latania tym samym samolotem - na wypadek katastrofy organizacja nie zostanie sparaliżowana. Przykłady podobnych, zdroworozsądkowych zasad, które być może wiele razy uratowały komuś życie lub portfel inwestycyjny, można by mnożyć w nieskończoność.

Pod wieloma względami risk management jest jak IT - gdy wszystko działa, nikt nie zauważa jego roli. Tymczasem gdy już przydarzy się katastrofa, nagle okazuje się, że brakuje podstawowych narzędzi i nikt nie wie, co można zrobić by zminimalizować straty.



Projekt specjalny wydawnictwa PMPG Polskie Media
PMPG Polskie Media, Al. Jerozolimskie 212, 02-486 Warszawa
Wydawca: Rita Schultz, r.schultz@pmpg.pl
Biuro reklamy: Marianna Dąbkowska, tel. 500 112 370, m.dabkowska@pmpg.pl
Klaudia Pytkowska, tel. 500 112 390, k.pytkowska@pmpg.pl, Magdalena Adamowicz, tel. 501 702 150, m.adamowicz@pmpg.pl
Skład i łamanie: Foxrabbit Designers