

# Co decyduje o wyborze banku

Jan Garlicki, Wojciech Terlikowski

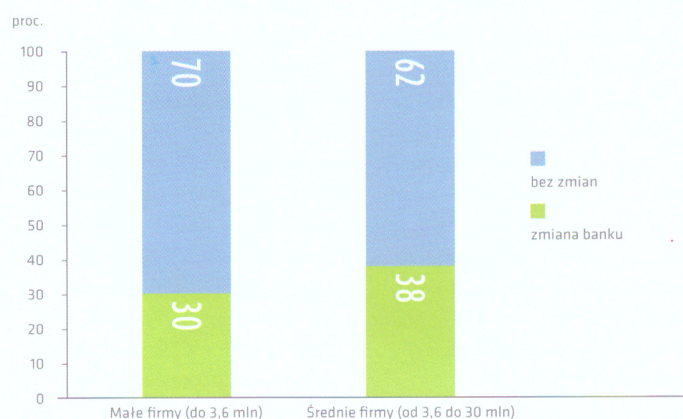
O wyborze, a także zmianie banku podstawowego w sektorze MŚP decydują koszty obsługi. To jak najbardziej rozumieją. Co jeszcze liczy się dla przedsiębiorców?

Ustalano to podczas corocznego badania *Małe i średnie firmy o usługach bankowych*, realizowanego od lat w I kw. roku przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR. Na jego potrzeby bank podstawowy został zdefiniowany jako ten, z którym współpraca ma dla firmy największe znaczenie i który prowadzi jej główny rachunek.

## Lojalność, a może przyzwyczajenie

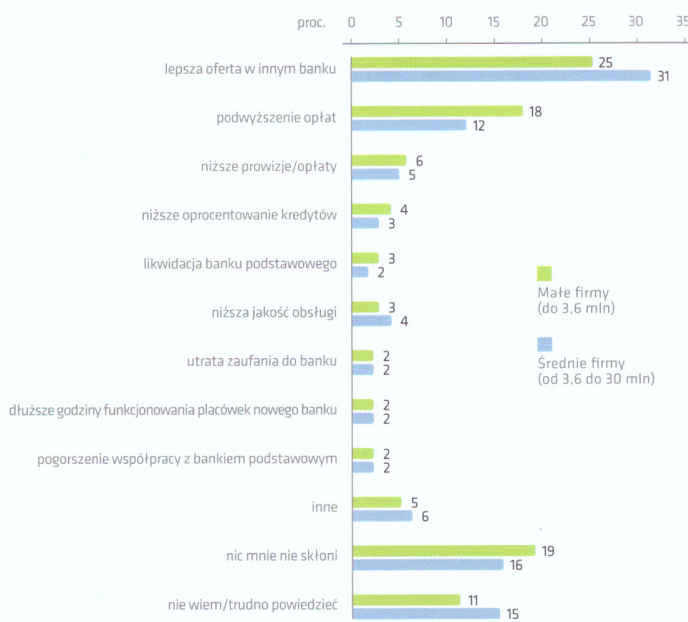
Zajęto się także częstotliwością zmiany banku podstawowego. Okazało się, że dochodzi do tego rzadko, ponieważ małe i średnie przedsiębiorstwa wykazują dużą lojalność kliencką. Zmianę banku podstawowego od chwili rozpoczęcia działalności deklaruje zaledwie co trzecia firma z sektora MŚP. Częściej czynią to średnie (o rocznych obrotach od 3,6 do 30 mln zł) niż małe (do 3,6 mln zł) – odpowiednio jest to 38 proc. i 30 proc. Dlaczego klienci instytucjonalni są tak lojalni i co mogłoby skłonić ich do zmiany banku podstawowego? Okazuje się, że istotne są tutaj dwa czynniki cenowe. Pierwszym z nich jest lepsza oferta w innym banku – wskazuje to 25 proc. małych i 31 proc. średnich firm. Ponadto do zmiany banku podstawowego może skłaniać podwyższenie opłat. Bardziej wrażliwi na podwyżkę okazują się

1. Zmiana banku podstawowego od momentu rozpoczęcia działalności



Źródło: Raport INDICATOR – „Małe i średnie firmy o usługach bankowych”. Ogólnopolska próba firm o rocznych obrotach nieprzekraczających 30 mln zł N=1237.

2. Czynniki skłaniające do zmiany banku podstawowego



Źródło: Raport INDICATOR – „Małe i średnie firmy o usługach bankowych”. Ogólnopolska próba firm o rocznych obrotach nieprzekraczających 30 mln zł N=1237.

prowadzący małe przedsiębiorstwa niż średnie (odpowiednio 18 i 12 proc.). Poza cenowe czynniki (np. jakość obsługi, czas funkcjonowania placówek) mają niewielkie znaczenie przy zmianie banku. Istotne natomiast jest, że aż 19 proc. małych i 16 proc. średnich firm deklaruje, że nic ich nie skłoni do zmiany banku podstawowego. Dodatkowo odpowiednio 3 i 2 proc. tych przedsiębiorców zaznacza, że zmianę może wywołać jedynie likwidacja banku. 11 proc. managerów małych firm i 15 proc. średnich nie potrafiło odpowiedzieć na to pytanie. Oznacza to, że klienci z sektora MŚP nie są zbyt chętni do zmiany banku podstawowego. Boddźcem do wyboru nowej instytucji jest lepsza oferta. Wpływ tego bodźca jest jednak niwelowany przez kontrofertę innych banków. Ponadto przedsiębiorcy mają świadomość, jak wiele czasu potrzeba na przeniesienie operacji firmowych, co także ich zniechęca do zmiany banku podstawowego. Interesujące jest także to, że aż 85 proc. właścicieli małych firm i 72 proc. średnich deklaruje, że bank podstawowy przedsiębiorstwa jest jednocześnie głównym bankiem, z którego usług korzystają jako osoby prywatne. To również wpływa na wysoką lojalność kliencką. Warto zastanowić się, czy niechęć do zmian wynika z wysokiego przywiązania do danego banku, czy

z wygody oraz niechęci do komplikacji, jakie mogą pojawić się przy zmianie konta firmowego. Wydaje się, że po części jedno i drugie. Oferty cenowe banków wydają się dość zbliżone w dłuższym okresie. Przedsiębiorcom nie można odmówić racjonalności, która przejawia się w unikaniu zmian i związanych z nimi komplikacji.

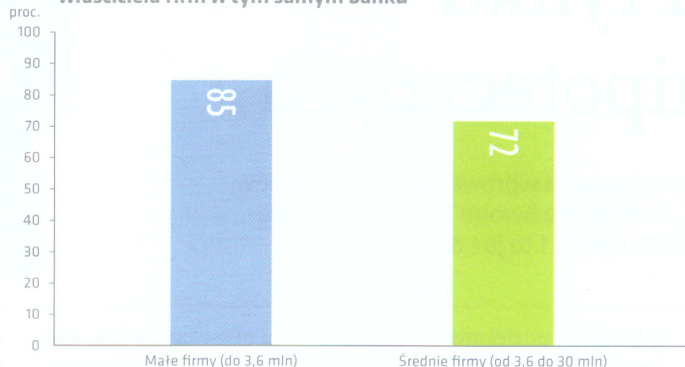
#### Czynniki decydujące

##### o wyborze banku podstawowego

Przedstawicielom badanych firm przedstawiono listę 16 czynników, które mogą mieć potencjalny wpływ na wybór oferty konkretnego banku. Każdy z nich był oceniany za pomocą pięciostopniowej skali, gdzie krańce oznaczały: 1 – „nie miało wpływu” oraz 5 – „miało bardzo duży wpływ”. Czynniki, które w największym stopniu wpływają na wybór banku podstawowego to koszty: wysokość opłat i prowizji oraz warunki i koszty prowadzenia rachunku bieżącego. Istotny jest również zakres oferty banku – chodzi o to, by pokrywał się z potrzebami przedsiębiorców. Badani zwracali również uwagę na internetowy (w tym i mobilny) dostęp do rachunku bankowego, który obecnie jest standardem. Chodzi jednak o to, by był on przyjazny w obsłudze. Ponadto dla zarządzających firmami (zwłaszcza średnimi) ważne były kompetencje pracowników banku oraz oferowany poziom obsługi klienta. Ten czynnik, choć nie był wymieniany na pierwszej pozycji, w znaczącym stopniu wpływa na decyzję o założeniu konta. Zła obsługa klienta na początku kontaktów jest niewybaczalna i na długo zniechęca klienta do danej instytucji.

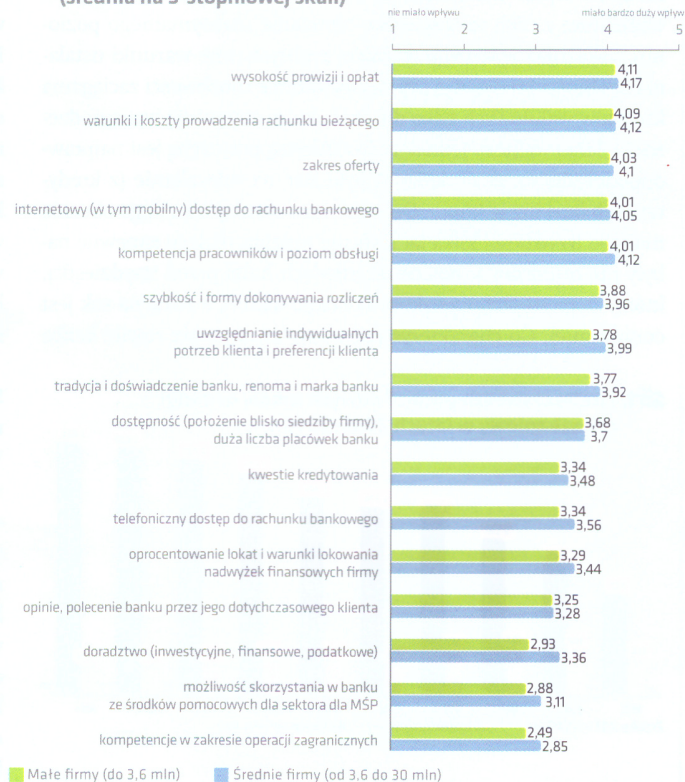
Niewielki wpływ na wybór banku przez firmy sektora MŚP mają operacje zagraniczne – ze względu na to, że małe i średnie przedsiębiorstwa w niewielkim stopniu prowadzą działania poza

**3. Rachunek firmowy i indywidualny rachunek bankowy właściciela firm w tym samym banku**



Źródło: Raport INDICATOR – „Małe i średnie firmy o usługach bankowych”. Ogólnopolska próba firm o rocznych obrotach nieprzekraczających 30 mln zł N=123.

**4. Czynniki decydujące o wyborze banku podstawowego (średnia na 5-stopniowej skali)**



Źródło: Raport INDICATOR – „Małe i średnie firmy o usługach bankowych”. Ogólnopolska próba firm o rocznych obrotach nieprzekraczających 30 mln zł N=1237.

granice kraju. Mały wpływ miała również możliwość skorzystania w banku ze środków pomocowych, ukierunkowanych na wspieranie rozwoju MŚP. Jest to na pewno istotny czynnik dla firm zainteresowanych środkami europejskimi, ale wciąż stanowią one

nieduży odsetek. Ponadto nie zawsze zakładając konto w banku przedsiębiorcy biorą ten czynnik pod uwagę. Również oferowane przez bank doradztwo w zakresie inwestycji, finansów czy podatków w nieznacznym stopniu wpływa na jego wybór. Co nie znaczy, że

w późniejszym okresie przedsiębiorcy z niego nie korzystają. Wydaje się, że – zanim skorzystają z bardziej zaawansowanych produktów – muszą nabrać zaufania do banku i do jego przedstawicieli. Warto zauważyć, że wszystkie badane czynniki mają większy wpływ na wybór banku podstawowego u przedstawicieli średnich przedsiębiorstw niż małych. Wydaje się oczywiste, że większe firmy bardziej wielokrotnie rozważają wybór banku podstawowego.

Podsumowując – w sektorze MŚP na wybór banku podstawowego wpływa nie jeden a wiele czynników. Oczywiście kluczowym jest dotarcie do właściciela przez jego portfel, nie uszczuplając go opłatami i kosztami prowizji. Warto zwrócić uwagę, że mali i średni przedsiębiorcy wybierają bank na wiele lat, dlatego decyzja ta jest dokładnie przemyślana. Obsługa klienta jest niezwykle istotna, zwłaszcza na początkowym etapie kontaktów. Wpadki w tej dziedzinie klient może wybaczyć, ale tylko bankowi, z którym współpracuje wiele lat. Banki nie mogą też zapominać o start-upach, ponieważ przedsiębiorcy wykazują dużą lojalność i zapamiętują wsparcie otrzymane na początku działalności. ■

Badanie *Małe i średnie firmy o usługach bankowych* zostało zrealizowane przez Centrum Badań Marketingowych INDICATOR i Warszawski Instytut Bankowości. Celem była analiza zwyczajów oraz potrzeb firm z sektora MŚP w związku z usługami bankowymi. Zastosowano metodę zestandaryzowanych indywidualnych wywiadów kwestionariuszowych. Próba badawcza miała charakter losowo-warstwowy. Badaniem objęto łącznie 1237 małych i średnich przedsiębiorstw. Wywiady zrealizowano z właścicielami lub osobami zarządzającymi firmami.

**Prof. dr hab. Jan Garlicki** – dyrektor generalny Centrum Badań Marketingowych INDICATOR i profesor na Uniwersytecie Warszawskim, specjalizuje się w metodologii i badaniach marketingowych, **Wojciech Terlikowski** – kierownik projektu w Centrum Badań Marketingowych INDICATOR, socjolog, absolwent Uniwersytetu Warszawskiego, specjalizuje się w badaniach sektora finansowo-bankowego.