

1,3

tys. km Taką długość ma mieć sieć światłowodowa, którą StrefaNet wybuduje w powiecie bielskim i cieszyńskim. Na realizację projektu spółka dostanie 33,6 mln zł dofinansowania z Programu Operacyjnego Polska Cyfrowa. W zasięgu planowanej sieci znajduje się około 26 tysięcy punktów adresowych. [GSU]

Comarch rośnie w ERP

Krakowska firma cieszy się z 12-procentowej dynamiki segmentu MSP i czeka na więcej. Pomagają: chmura i zagranica.

Comarch to jeden z liderów krajowego rynku aplikacji dla przedsiębiorstw. Według ostatnich danych IDC, miał blisko 17-procentowy udział w rynku. Zapewniło mu to pozycję wicelidera, pierwszy był SAP. Spółka liczy na kontynuację zwyżek w segmencie rozwiązań dla małych i średnich firm.

– W pierwszym półroczu nasz segment MSP wzrósł o około 12 proc., a cały segment ERP wypracował podobną sprzedaż jak rok temu, czyli ponad 100 mln zł. Spodziewam się, że w tym roku po raz czwarty z rzędu będziemy mieli dwucyfrowy wzrost sprzedaży produktów dla małych i średnich firm – mówi Zbigniew Rymarczyk, wiceprezes Comarchu odpowiedzialny za ERP.

Oprócz rozwiązań dla MSP do segmentu ERP Comarch zalicza oprogramowanie wspomagające zarządzanie dla większych podmiotów, w tym administracji publicznej.

– Zakładam wzrost segmentu ERP w skali roku, bo drugie półrocze zapowiada się lepiej. Trudno jednak będzie o dwucyfrową dynamikę. Negocjujemy wiele kontraktów w Niemczech i we Francji. Poprawia się też sytuacja na rynku polskim, budzi się np. sektor publiczny – mówi wiceprezes.

Comarch coraz lepiej radzi sobie w sprzedaży rozwiązań dla firm za granicą. W segmencie ERP sprzedaż zagraniczna w pierwszym półroczu wzrosła o 40 proc. Główne rynki to Francja i, od niedawna, Hiszpania.

– Dla jednego z naszych klientów we Francji przygotowujemy właśnie włoską wersję językową systemu. Realizujemy też wdrożenie dla firmy detalicznej, która działa w Rumunii, Czechach, na Słowacji i w Polsce. Inny klient z tej branży korzysta już z naszego systemu we Francji, Wielkiej Brytanii i Hiszpanii oraz planuje wdrożenia w innych krajach – mówi Zbigniew Rymarczyk.

Poza sprzedażą zagraniczną wzrost napędza rosnąca (o ponad 30 proc. w pierwszym półroczu) popularność rozwiązań chmurowych.

– Wprowadziliśmy do sklepów Appstore i Play pierwszą aplikację finansowo-księgową i do fakturowania. W tym lub przyszłym roku tylko ze sprzedaży tego produktu w chmurze spodziewam się ponad 1 mln zł. W całym roku sprzedaż rozwiązań chmurowych może wzrosnąć o 30-35 proc. i przebić 20 mln zł – mówi wiceprezes.

Niedawno dużym wydarzeniem na polskim rynku rozwiązań dla przedsiębiorstw było przejęcie przez Asseco Business Solutions za ponad 100 mln zł warszawskiego Macrologica.

Dobrego nastroju nie psuje Comarchowi nawet połączenie sił przez konkurentów.

– Macrologic i Asseco Business Solutions łącznie mają mniejszy udział w rynku niż my, więc przejęcie Macrologica nie zmienia układu sił. Nie uważam tego za zagrożenie dla Comarchu. Spółki zajmą się sobą, m.in. tym, jak pozycjonować na rynku swoje podobne produkty, a to zabiera energię i odciąga uwagę od biznesu – komentuje Zbigniew Rymarczyk.

Comarch też ma chrapkę na zakupy, ale za granicą.

– Rozglądamy się za akwizycją w segmencie ERP z myślą o zdobyciu rynku i przyspieszeniu ekspansji – mówi wiceprezes. [GSU] ©

Ciągniki ciągną dilerów ku inwestorom

Mniejsi dilerzy maszyn rolniczych rozglądają się za dopływem funduszy. Za dilerami rozgląda się Ursus. Przekonuje, że to wielka branżowa przemiana, którą kiedyś przerobiła motoryzacja



Michalina Szczepańska

m.szczepanska@pb.pl ☎ 22-333-98-18

Kolejne miesiące przynoszą sprzedawcom ciągników plan w postaci większych przetarasowań w branży. Mali będą upadać albo się sprzedawać. Niekoniecznie innym dilerom, bo na tę część rynku apetytu nabierają sami producenci maszyn rolniczych. Od początku roku do czerwca zarejestrowano prawie 4,3 tys. nowych ciągników, w tym samym czasie w zeszłym roku o 31 mniej, podaje Polska Izba Gospodarcza Maszyn i Urządzeń Rolniczych. Dla porównania – w pierwszej połowie 2013 r. było to niemal 8,2 tys., a już to był gorszy czas, w którym odnotowano ponad 20-procentowy spadek względem tego samego okresu rok wcześniej. Sprzedawcy maszyn rolniczych po tych kilku chudszych i całkiem chudych latach (dostępne dane dotyczą ciągników, bo jedynie one oraz przyczepy podlegają rejestracji) powoli przestają wytrzymywać presję.

Uniezależnienie

– Najmniejsze firmy, których portfel opierał się głównie na maszynach, nie są w stanie dłużej funkcjonować i będą raczej upadać, z opcją otrzymania później jakichś pieniędzy za majątek w postaci bazy klientów. Nieco większe podmioty biorą się za poszerzanie oferty o pasze, środki ochrony roślin i inne produkty dla rolnictwa, żeby uniezależnić się od maszyn. One są wprawdzie o tyle wdzięcznym produktem, że pozwalają na zrobienie większych obrotów ze względu na jednostkową wartość, ale też są najbardziej zależne od koniunktury w rolnictwie, w tym dotacji unijnych – mówi Mikołaj Lipiński, członek zarządu firmy doradczej Blackpartners.

Przekonuje, że widać pierwsze objawy konsolidacji rynku agro.

– Taka przebudowa portfela też może być dokonana dzięki pozyskaniu inwestora. Tak jest z firmą Asprim z Lubelszczyzny poszukującej gracza branżowego lub finansowego, by przyspieszyć rozwój palety produktów i usług, która umożliwi uniezależnienie się od niekorzystnych trendów rynkowych. Duże podmioty mają wystarczający kapitał, by przetrwać dłuższy czas, mniejsze muszą szukać partnerów – twierdzi Mikołaj Lipiński.

– Rozmawiamy z kilkoma podmiotami – dodaje Adam Sawicki, prezes Asprimu.



► BEZ DODATKOWEJ MARŻY:

Na kurczącym się rynku mamy przewagę, będąc producentem i dilerem, bo nie musimy dokładać kolejnej marży jak podmiot, który importuje i sprzedaje – przekonuje Karol Zarajczyk, prezes Ursusa. [FOT. WMM]

Tego typu akwizycje ma w planach Ursus i zaznacza, że rozmawia z różnymi firmami.

– W przypadku kurczącego się rynku, jaki w ciągnikach i innych maszynach widać kolejny rok, inna jest pozycja producenta, będącego także dilerem, a zupełnie inna tylko diler – który musi nałożyć swoją dodatkową marżę. My jesteśmy w stanie przetrwać taki czas, a nawet się rozwijać. Mamy na to kapitał i długoterminową perspektywę. Właściciel punktu sprzedaży nie ma takiego komfortu – tłumaczy Karol Zarajczyk, prezes Ursusa.

Opowiada, że w maszynach rolniczych dzieje się to, co rynek motoryzacyjny zna z lat 90.

– Producenci zaczynają wykupywać sieci dilerkie bądź je tworzyć. My rozpoczęliśmy takie działania ponad 2 lata temu – mamy dziś 20 punktów sprzedaży i kilka punktów subdilerkich, stworzonych przez naszych wieloletnich dilerów, którzy byli bardzo silni w konkretnych regionach, jednak 70 proc. sprzedaży odbywa się poprzez naszą własną sieć – tłumaczy szef Ursusa.

i produktów dla rolnictwa. Od dwóch lat akwizycje zapowiada Chemirol.

– Konsolidacja to zdecydowanie kierunek, w którym podąża branża. Mówimy o tym, ale jednocześnie nie kupiliśmy kolejnych spółek. Mniejsze firmy czekają ze sprzedażą najczęściej do ostatniej chwili, w której ich sytuacja finansowa jest już bardzo zła. I wtedy mają kłopot z pozyskaniem inwestora – mówi Marek Dereziński, dyrektor zarządzający Chemirolu.

Poza Asprimem wiadomo, że inwestora poszukuje Narolco, które sprzedaje środki ochrony roślin, pasze i maszyny.

Jeden z przedstawicieli branży przekonuje, że dla giganta zakup mniejszego podmiotu nie jest szczególnie ciekawy. Jego zdaniem, miałoby to sens dla kogoś, kto dopiero wchodzi na polski rynek, nie ma tu zbudowanych struktur, więc akwizycja kilku podmiotów pozwoli mu je szybko zbudować. Karol Zarajczyk dostrzega natomiast kilka zalet zakupów.

– Z punktu widzenia kupującego to głównie kwestia bazy klientów, ale też kadry – dobrzy serwisanci są cennym aktywem na rynku – twierdzi prezes Ursusa. ©