

FAKTORING 2013

19 - 20 WRZEŚNIA

Czwartek 19 WRZEŚNIA 2013

Dodatek specjalny

POLSKI ZWIĄZEK FAKTORÓW

IV MIĘDZYNARODOWY KONGRES FAKTORINGU IV INTERNATIONAL FACTORING CONGRESS

Branża świętuje po raz czwarty

ROZMOWA | Mirosław Jakowiecki, przewodniczący Polskiego Związku Faktorów

Czy uważa pan, że branża faktoringowa w Polsce, po 14 latach funkcjonowania Polskiego Związku Faktorów, jest zintegrowana w stopniu zadowalającym?

MIROSEAW JAKOWIECKI: Do ideału jeszcze długa droga. Integracja jest jednak daleko posunięta. Na 46 firm świadczących w Polsce faktoring 22 należą do PZF. Satisfakcjonuje to, że 19 członków PZF generuje 80 proc. całych obrotów faktoringu w Polsce. Do PZF należą wszystkie duże, samodzielne spółki faktoringowe. Chciałbym, aby w najbliższych latach dołączyły do nas kolejne banki. W tej chwili mamy w swoich szeregach cztery. Jest miejsce dla kolejnych. Będę zadowolony, kiedy dołączy do nas „piątka” banków, które są notowane w publikowanych zestawieniach statystycznych.

Związek z pewnością nie jest taki sam jak w chwili powstania. Zmienił się, bo zmieniło się otoczenie gospodarcze. Ewolowały cele i zadania. Jak pan ocenia 14 lat funkcjonowania PZF? Jak było, jak jest?

Dziś to zupełnie inna organizacja. Od 2001 roku do 2006 związek działał pod inną nazwą - Konferencja Instytucji Faktoringowych. W 2006 Kon-

ferencja przekształciła się w Polski Związek Faktorów. Związek rozrósł się z 6 do 22 podmiotów. Są wśród nich cztery banki i dwie firmy brokerskie.

Nasze cele powoli się zmieniały. Pierwsze lata PZF charakteryzowała intensywna edukacja rynku, tworzenie wizerunku, częste kontakty z prasą. Od samego początku postawiliśmy na promowanie dobrych zasad, wysokie standardy etyczne, szkolenia. Nawijujemy kontakty z uczelniami, wspólnie organizujemy seminaria i wykłady dla studentów. PZF podjął się zadania reprezentowania środowiska przed organami państwowymi, interpretacji przepisów fiskalnych, wprowadzenia branży polskiej na forum międzynarodowe. PZF jest jednym z założycieli EU Federation, organizacji zrzeszającej krajowe federacje faktorów w celach lobbingsowych w instytucjach Wspólnoty Europejskiej.

Czy jest pan zadowolony z obecnej struktury PZF?

Tak, obecna struktura organizacyjna jest odpowiednia do realizowanych zadań. Porównywalna do fazy rozwoju rynku. Związek staje się orga-



nizacją nadającą prestiż. Dopracowaliśmy się dobrego systemu kwalifikacji firm kandydujących do członkostwa w związku. Jest to organizacja stale doskonaląca formę organizacyjną, metody działania oraz wybór celów działania. Związek nie jest biurokratyczną nadbudówką. W zakresie planowania celów i kontrolowania realizacji jest wystarczająco demokratyczny i odpowiednio mobilny w działaniu.

Dlaczego warto być członkiem PZF?

Ponieważ możemy działać we wspólnym interesie. Jesteśmy silni w grupie. Możemy działać w większej skali. Przykładem jest organizowanie jedynej na taką skalę w Europie konferencji poświęconej problematyce faktoringu. Mamy

cykliczne wydawnictwo - „Almanach PZF”. Możemy wymienić doświadczenia i informacje, prowadzić działalność szkoleniową. I, co bardzo ważne, w dużej grupie tworzymy standardy usług i ich najwyższą jakość. Chcemy, by w branży stosować „kodeks dobrych praktyk”. Uważam, że członkostwo w PZF nobilituje.

Jaki jest potencjał PZF?

Główny Urząd Statystyczny podał, że w Polsce w 2012 roku działało 46 podmiotów faktoringowych, a ich obrót wyniósł 113,1 ml zł. Do PZF należą 22 faktorów z obrotami 81 mld zł. Ale wciąż prowadzimy rozmowy z kolejnymi podmiotami, które chcą do nas przystąpić. Branża zatrudnia ponad 1000 osób.

Jeszcze kilka lat temu najważniejszym celem PZF była edukacja rynku w zakresie wiedzy o tym, czym jest faktoring jako instrument finansowy, gdyż jego rozpoznawalność nie była zadowalająca. Od kilku lat faktoring bije rekordy, osiągając wyniki, o których inne instytucje finansowe mogą dziś marzyć. Jakie wyzwania stawia przed sobą branża rosnąca w siłę?

Wyzwaniem jest wzrost liczebności członków naszej organizacji i łagodzenie wewnętrznej konkurencji poprzez stosowanie kodeksu do-

brych praktyk i standardów etyki zawodowej. Ważne są też działania na rzecz ograniczenia ryzyka, podobnie jak ochrona przed niekorzystnymi dla branży rozwiązaniami legislacyjnymi i praktykami instytucji administracji państwowej. Ważne jest także kreowanie naszej pozycji eksperckiej poprzez utrzymywanie i rozwój współpracy z federacjami międzynarodowymi i innymi związkami krajowymi.

Nie zaprzestaliśmy edukacji rynku. Nigdy jej za dużo. Bez przerwy skupiamy się na tworzeniu dobrego klimatu wokół branży, dbałości o wizerunek w środowiskach przedsiębiorców i doskonaleniu kadr.

Był pan inicjatorem kongresu faktoringu, który odbywa się raz w roku. Jakie zadanie ma do spełnienia to branżowe spotkanie?

To kontynuacja dobrej praktyki. Kongres jest wydarzeniem, na który branża czeka. Jest naszym świętem. To miejsce, gdzie możemy wymienić doświadczenia i poglądy, dokonać porównań, spotkać międzynarodowych liderów branży. Jest wydarzeniem edukacyjnym dla branży. Promuje polskie środowisko faktorów. Buduje zaufanie i konsoliduje branżę wokół wspólnych celów. Jest platformą wymiany wiedzy teoretycznej i prak-

tycznej. Uczestniczą w nim pracownicy naukowcy uczelni. Kongres jest okazją do uroczystego ogłoszenia wyników dorocznego konkursu „Złote Pióro PZF”, nagradzającego najlepsze prace magisterskie i licencjackie.

Jakie wnioski można wyciągnąć - w kontekście rozwoju branży i PZF - po trzech edycjach kongresu?

Zainteresowanie kongresem przeszło nasze najśmielsze oczekiwania. Z roku na rok uczestniczy w nim coraz więcej osób. Gościmy coraz więcej zagranicznych ekspertów i szefów trzech największych federacji międzynarodowych. Ranga kongresu bardzo wzrosła. To bardzo cieszy, ponieważ poszerzamy zakres tematyczny tego spotkania.

Każdej z edycji kongresu towarzyszy aktualny temat, najistotniejszy do omówienia go w gronie członków PZF. Co PZF uznał za najważniejsze w tym roku?

Kryzys i związane z nim wyzwania dla branży. W szczególności ryzyka sektorowe, dostęp do finansowania, współpraca międzynarodowa, konkurencja na polskim rynku faktoringu, „cywilizowanie” konkurencji oraz budowanie atmosfery zaufania do branży i produktu, którym się zajmujemy.

-DSP

Po trzykroć

Faktorzy zjednoczeni w Polskim Związku Faktorów kolejny raz usiedli do stołu, by omawiać bieżące dla branży problemy

♦ **PAWEŁ TOMALA**
członek zarządu
BNP PARIBAS FACTOR

Choć branża systematycznie się rozrasta, za uważalne są symptomy stagnacji. W tym roku tylko dwie firmy faktoringowe odnotowały znaczny wzrost obrotów. Różnice w wynikach poszczególnych faktorów pokazują, że podmioty, choć zrzeszone w Polskim Związku Faktorów, skupiają się przede wszystkim na korzyściach własnych, a nie korzyściach branży jako jednego organizmu. To nie jest ani zaskakujące, ani odkrywcze. Przy okazji cyklicznego już wydarzenia, jakim jest nasz branżowy kongres, mówiąc o wyzwaniach, tendencjach, potrzebie edukacji i wspólnej pracy nad tworzeniem nowych, lepszych produktów, zdajemy się na chwilę nie dostrzegać, że na co dzień działamy w warunkach konkurencji. Jedni faktorzy, sądząc po wynikach, sprzedają swój produkt lepiej, inni gorzej. Albo inaczej. Tworząc przewagi konkurencyjne, musimy pamiętać, że działamy w tym samym środowisku gospodarczym, i to środowisko gospodarcze powinniśmy wspólnie kreować, aby faktoring był pro-



duktem rozpoznawalnym, postrzeganym na rynku z zainteresowaniem, tak aby klienci nie zadawali sobie pytania, czy w ogóle faktoring, ale z której oferty skorzystać. Natomiast nasze podejście do budowania przewag konkurencyjnych powinno być oparte na zasadach partnerskich, które są kreowane przez Polski Związek Faktorów (bez względu na to, czy dany członek PZF działa w ramach dużej grupy finansowej czy jest tylko podmiotem specjalizującym się w sprzedaży usług faktoringowych). Ta przynależność powinna pozwolić nam kreować rynek, wszak idea PZF jest przecież gra zespołowa.

♦ **GRZEGORZ GEBLER**
członek zarządu,
PKO BP Faktoring

Dużym wyzwaniem naszej branży jest jakość spływających należności, czyli w głównej mierze ich opóźnienia. Ta jakość cały czas się pogarsza. W moim przekonaniu będzie to największym problemem tego, a być może nawet kolejnego roku. Wyzwaniem jest również edukacja, choć uważam, że rynek klientów wykształcił się w zadowalającym stopniu. Niedokształcone pozostaje przede wszystkim otoczenie prawne naszego produktu. W ustawodawstwie faktoring pojawia się często obok windykacji, co przyczynia się do problemów ze zrozumieniem naszej usługi. Jesteśmy wrzucani do worka, w którym niekoniecznie chcielibyśmy być. Uważam, że kiedy stawiamy



na edukację, to przede wszystkim celujemy w otoczenie prawne. Pytanie, jak tego dokonać. Może należałoby zacząć współpracować z uczelniami, aby przyszli prawnicy wchodzący w praktykę swojego zawodu nie mieli mylnego pojęcia o naszej działalności.

♦ **ALEKSANDER JANISZEWSKI**
dyrektor Departamentu Sprzedaży
BZ WBK Faktor

Nieustającym wyzwaniem dla branży faktoringowej i związku jest przekonywanie przedsiębiorców o zaletach związanych z posiadaniem zróżnicowanych źródeł finansowania zewnętrznego. Wzbogacenie krótkoterminowego finansowania o faktoring wzmacnia stabilność i ciągłość finansowania, zarazem redukując ryzyko związane z ewentualną decyzją instytucji finansującej o zmniejszeniu poziomu kredytu w przypadku pogorszenia wyników finansowych przedsiębiorstwa. Obecny miks produktowy faktoring/kredyt obrotowy nadal pokazuje przewagę w stronę kredytu, co dla faktorów jest przedmiotem nieustającej „pracy organicznej” związanej z przedstawianiem fundamentalnych korzyści związanych z usługą faktoringową.

Rola związku w zakresie szerokiej edukacji jest kluczowa. Mówienie jednym głosem w ramach związku w sprawie kształtowania świad-



omości faktoringowej buduje silną markę wszystkich zrzeszonych faktorów.

W zakresie oferty produktowej wyzwaniem dla branży będzie budowanie produktów o maksymalnej elastyczności przy zachowaniu odpowiedniej kontroli ryzyka. Znalezione równowagi wymaga stałej pracy przy strukturyzowaniu produktów pod kątem profilu ryzy-

ka i profilu operacyjnego. Z moich doświadczeń wynika, iż firmy faktoringowe reagują szybko i kreatywnie poszukując rozwiązań wychodzących naprzeciw oczekiwaniom przedsiębiorców. Podsumowując, uzyskiwanie odpowiedniej struktury produktu w stosunku do poziomu ryzyka zawsze będzie chlebem powszednim dla branży faktoringowej. Oczekiwania firm niezależnie od segmentu będą rosły, a faktorzy jako dostawcy wysokiej jakości usług finansowych odpowiedzą satysfakcjonującą ofertą.

Aktywna rola związku jest kluczowa w budowaniu marki produktu faktoringowego jako usługi finansowej o wysokiej jakości.

♦ **MARIUSZ WIŚNIEWSKI**
dyrektor Departamentu Sprzedaży
Credit Agricole Commercial Finance

Wyzwaniem dla branży w dalszym ciągu jest edukacja rynku. Bo wprowadzając nasze obroty rosną, to firm korzystających z oferowanych przez nas usług jest stosunkowo niewiele. W moim przekonaniu najważniejszą przyczyną tego jest zbyt mała wiedza i tym samym przekonanie przedsiębiorców o skuteczności



proponowanych przez nas produktów i rozwiązań. Choć od lat edukujemy rynek, stan wiedzy przedsiębiorców o faktoringu jest za niski. Świadczy o tym niewielka liczba nowych klientów. Nadal liczeni są oni w setkach, a nie w tysiącach. Nie tylko rynek należy edukować. Sami musimy się jeszcze wiele nauczyć. Wewnętrzna edukacja branży jest tym, czego oczekujemy po członkostwie w Polskim Związku Faktorów. Jestem bowiem przekonany, że każdy z faktorów wie, jak sprzedawać faktoring, ale nam powinno zależeć na wypracowaniu metod sprzedaży produktu dobrego, precyzyjnie wycelowanego w kierunku tych, którzy rzeczywiście go potrzebują. Jestem przekonany, że promocja poprzez edukację rynku jest krokiem niezbędnym dla rozwoju branży. Nie powinniśmy jednak edukować rynku z osobą jako oddzielne podmioty. Nasz produkt powinniśmy promować wspólnie jako branża. Wtedy osiągniemy prawdziwą korzyść.

♦ **DARIUSZ STEĆ**
wiceprezes zarządu
BRE FAKTORING

Z perspektywy danych, które widzimy po dwóch kwartałach tego roku, widać, że wzrost obrotów nie jest generowany w równej wielkości przez wszystkie firmy faktoringowe PZF. Z punktu widzenia obrotów jedne firmy się rozwijają, inne nie. To potwierdza, że działamy na nieco rozchwianym rynku. W innym



przypadku tendencje wzrostowe byłyby podobne we wszystkich firmach faktoringowych. Z naszych kontaktów z klientami wynika jednak, że koniunktura na niektórych rynkach poprawia się. Analitycy rynku uważają, że sytuacja gospodarcza w kraju będzie się poprawiała. Potwierdzenie tego znajdujemy w rozmowach z naszymi klientami. To pozwala sądzić, że powrót na ścieżkę wzrostu obejmie wszystkie, a nie tylko niektóre firmy z branży faktoringowej. Polski Związek Faktorów znacząco przyczynia się do wyrównywania szans rynkowych naszej branży. Jesteśmy ciałem, które nie tylko skupia faktorów dla dyskusji i wymiany poglądów, ale przede wszystkim dla wypracowywania modelu funkcjonowania całej branży, której głównym celem jest rozwój. Edukujemy rynek, wypracowujemy wspólne zasady etyczne, pracujemy nad nowymi produktami zaspokajającymi aktualne potrzeby rynku i dbamy o efektywność relacji z ustawodawcą.

♦ **MAŁGORZATA SZYMAŃSKA**
dyrektor Departamentu Faktoringu
BOŚ BANK

W ubiegłym roku rozmawialiśmy o kryzysie, a w tym przyszło nam go przeżyć. Choć sytuacja jest dziś całkiem inna, to rzeczywiście największym wyzwaniem dla nas jest utrzymanie trendu wzrostowego. Nie wiadomo, czy będzie on tak wysoki jak w poprzednich latach. Wiadomo natomiast, że trzeba zrobić wszystko, co w naszej mocy, aby usługa faktoringu się rozwijała. W tym roku obsługiwani przez nas klienci zrobili mniejsze obroty i nie jest to w najmniejszym stopniu zaskoczeniem. Faktoring jest bowiem funkcją sprzedaży. Jeżeli u naszych klientów obroty były niższe, automatycznie musiało się to odbić na wynikach firm faktoringowych. Lekarstwem na ten stan jest oczywiście pozyskiwanie nowych klientów. Jednak, aby ich zdobyć, musimy sprostać wyzwaniu znalezienia nowych rozwiązań produktowych. Trzeba się skupić na jak najlepszym rozpoznaniu potrzeb klientów, które w obecnej sytuacji gospodarczej zmieniają się wyjątkowo dynamicznie.

Oczywiście można przyjąć, że mamy jasno zdefiniowany produkt i nic nowego wymyślić się nie da. Jednak gdybyśmy zrobili faktoringowi historyczne zdjęcie sprzed dwudziestu lat, kiedy skupowane były pierwsze faktury, to cała branża przyzna, że wówczas wszystko działało inaczej niż dziś. Potrafiliśmy się zmieniać. I nadal musimy szukać nowych rozwiązań, zarówno produktowych, jak i technologicznych, ponieważ klienci oczekują, że będą one coraz łatwiejsze i lepiej dostosowane

Sponsorzy kongresu

ASSECO
BUSINESS SOLUTIONS

COMARCH

BIG
InfoMonitor

BMS
Business Management Software

hpdssoftware

efcom

BCR
PUBLISHING

ć edukacja!

temy. Co ich zdaniem jest najpilniejszym wyzwaniem dla branży i jakie są ich oczekiwania po członkostwie w PZF?

do ich potrzeb. Nie możemy dać zasnąć naszej kreatywności, bo rynek wciąż czeka na nowe narzędzia. Twórzmy je, bo dzięki temu, mam nadzieję, nasza funkcja edukacyjna nigdy się nie skończy.

Podobnie jak funkcja Polskiego Związku Faktorów, który autentycznie rozpoznaje potrzeby branży i trafnie kieruje swoimi działaniami. Mam na myśli między innymi to, że PZF otworzył się na banki, które w ramach wydzielonych departamentów organizują usługę faktoringu. Dla banku największą korzyścią człon-



kostwa w PZF jest możliwość odwołania się do autorytetu, który reprezentuje produkt, jakim jest faktoring. Pamiętajmy, że banki w zdecydowanej większości sprzedają różne usługi, głównie kredyty, i nie zawsze miały specjalistów, a więc wystarczającą wiedzę i doświadczenia z faktoringu. Będąc członkiem PZF, mamy wsparcie merytoryczne, autorytet i ciało, które zna produkt, pokazuje wskaźniki najważniejsze dla rozwoju i wyznacza trendy.

♦ JERZY DĄBROWSKI

dyrektor Departamentu Faktoringu i Finansowania Handlu Millennium Banku
Wszystko, co dotyczy dynamiki wzrostu, rozwoju produktów i edukacji, jest prawdą. Trzeba nad tym pracować. Tego doświadczamy na co dzień. Warto jednak dodatkowo zwrócić uwagę na to, że żyjemy w kryzysie i faktorom potrzebna jest asekuracja. Uważam, że jeste-



śmy w niezadowalający sposób wyposażeni w instrumenty pozwalające zdjąć ryzyko z naszych klientów i ostatecznie z nas. Takie instrumenty nie funkcjonują, choć w ofercie mają swoje miejsce. Kiedy jednak zderzamy się

z rzeczywistością, dochodzi do sytuacji, w których w wielu przypadkach łatwiej jest nam wziąć ryzyko na siebie, niż skorzystać z usług wyspecjalizowanych firm, czyli instytucji ubezpieczeniowych. Ta kwestia jest daleka od satysfakcji. Doświadczam tego jako przedstawiciel banku współpracującego z instytucjami ubezpieczeniowymi, a potwierdzenie znajduję dodatkowo w rozmowach z naszymi klientami. Dlatego uważam, że przyszłością jest rozwój faktoringu, w którym instytucje faktoringowe rzeczywiście zdejmują ryzyko. Jednak do tego potrzebna nam lepszych instrumentów, większych apetytów na ryzyko po stronie firm, które na co dzień zdejmowaniem ryzyka zajmują się profesjonalnie.

Innym ważnym problemem jest to, że choć faktoring bardzo rozwinął się technologicznie, to nadal problemem jest integracja systemów rozliczeniowych klientów z systemami rozliczeniowymi instytucji faktoringowych. Wszyscy faktoryzy potwierdzają, że są na to gotowi. Niestety nie są gotowi ci, którzy dostarczają oprogramowanie. Nawet jeżeli nad tym pracują i ciągle udoskonalają swoje produkty, to nadal są to twory tak niedoskonałe w swoim zaawansowaniu, że nie da się ich zaakceptować. Dobrze, że jesteśmy skupieni w branżowym gronie, ponieważ wspólnie łatwiej jest nam przechodzić przez tego rodzaju problemy. PZF jest w pewnym sensie kotwicą, która pozwala się zahaczyć w środowisku jednego produktu i importować wspólne, dobre standardy. PZF jest doskonałą platformą wymiany informacji. Formalnej i nieformalnej.

Zgodzę się, że związek powinien skupić się jeszcze mocniej na edukacji. Sądzę jednak, że nie powinniśmy być biernym sponsorem incydentalnych akcji edukacyjnych. Raczej powinniśmy się zastanowić, czy w skali, na którą nas stać, zorganizować spotkania, podczas których zaczniemy mówić generalnie o faktoringu, a nie o faktoringu w konkretnej instytucji.

♦ PIOTR KONIECZKA

prezes zarządu
BPS FAKTOR SA
Pozostaję optymistą, gdy mowa o rozwoju rynku, na którym działamy. Należy zwrócić uwagę na kilka rzeczy, które każą z nadzieją patrzeć w przyszłość. Po pierwsze, chodzi o popyt krajowy, który w ostatnim czasie znacząco wzrósł. Po drugie – popyt zagraniczny, czyli eksport; Niemcy, główny zagraniczny partner handlowy Polski, są w świetnej kondycji gospodarczej. Warto podkreślić, że to firmy faktoringowe w dużej mierze finansują popyt krajowy i zagraniczny. Czynniki wzrostu koniunktury są bardzo widoczne, co z kolei pozwala nam myśleć z optymizmem o perspektywie wzrostu branży. Według mnie przy utrzymaniu wysokiego tempa wzrostu w ciągu trzech, najdalej pięciu lat obroty faktoringowe przekroczą 200 miliardów złotych.

Dzięki bliższym relacjom z klientem jakość naszego portfela jest stabilna i na niskim poziomie. W stosunku do całego sektora bankowego jakość naszego portfela jest na zdecydowanie lepszym poziomie.

Tym, co może ograniczać nasz rozwój, jest kwestia CIT w 2014 roku. Wszystkie pozabankowe spółki będą musiały zmierzyć się z tym problemem. Jeśli nie wypracujemy odpowiednich metod, to nowe regulacje mogą mocno w nas uderzyć.

Kolejną barierą rozwoju jest problem strat generowanych w firmach faktoringowych, które nie są kosztem uzyskania przychodów. Jesteśmy dyskryminowani. Z jednej strony sta-



dochodowość i autentyczna potrzeba po stronie tych firm na taki instrument, jakim jest faktoring.

Jestem przekonany, że PZF ma siłę, by podołać tym wyzwaniom. Jego historia pokazuje, że jest zbudowany na zaufaniu. Zostało ono zapoczątkowane czternaście lat temu członkostwem ledwie czterech podmiotów, a dziś jest wsparte zaufaniem, wiedzą i doświadczeniem 22 firm faktoringowych. Przed nami jest usystematyzowanie naszej pracy. Minał już czas, kiedy robiliśmy wszystko bardzo po polsku i spontanicznie. Teraz musimy działać jak silna, systematyczna i skuteczna struktura.

♦ ANDRZEJ ŻBIKOWSKI

prezes zarządu
ING Commercial Finance Polska

Wyzwaniem na najbliższe lata jest rozwój Polskiego Związku Faktorów, czyli to, co nas łączy i jednoczy. Przed nami wypracowanie takich rozwiązań, które spowodują, że edukacja nie tylko zewnętrzna, ale też wewnętrzna oraz tworzenie nowych produktów przyczynią się do wzrostu branży. Nie chodzi oczywiście, by zaoferować nowy faktoring, ale wiadomo przecież, że product mix to wiele ele-

nowymy ważne ogniwo rynku instytucji finansowych, z drugiej traktuje się nas inaczej, niestety znacznie gorzej. Tych strat nie możemy odpisać od podatku. Instytucje bankowe zaś mogą, mimo że pracują na tym samym produkcie.

Będąc członkiem Polskiego Związku Faktorów, oczekuję od niego dbałości o nasze interesy. Przede wszystkim liczę na efektywne relacje z ustawodawcą dla wyrównania szans rynkowych, co daje podstawy kontynuowania wzrostu w przyszłości.

♦ JAROSŁAW JAWORSKI

prezes zarządu
Coface

Do stojących przed nami wyzwań należy podejść długodystansowo. Przed nami bowiem rysuje się konieczność wprowadzania innowacyjnych rozwiązań. Tylko dzięki innowacyjności, czyli rozwoju, możemy bowiem dotrzeć do tej grupy klientów, której nie znamy, nie potrafimy obsłużyć. To olbrzymia grupa małych i średnich firm. Bez nich nie będziemy mogli nawet pomarzyć o zakładanej dynamice wzrostu. W firmach faktoringowych mamy obecnie



kilka tysięcy klientów, a i tak jest to kropla w morzu przedsiębiorstw, które funkcjonują na rynku.

Edukacja, owszem, jest bardzo ważna. Jednak bez produktów i odpowiednich rozwiązań nie będziemy w stanie obsługiwać tego segmentu rynku. Obecnie nie jesteśmy w stanie obsłużyć go tak, jak potrafimy obsłużyć duże przedsiębiorstwa. To jest gigantyczne wyzwanie stojące przed całą branżą faktoringową. Musimy się z tym zmierzyć, bo właśnie w małych i średnich firmach leżą olbrzymie obroty,



mentów, które można modyfikować, uwzględniając bieżące potrzeby naszych klientów. Uważam, że edukacja rynku była celem Polskiego Związku Faktorów nie tylko kilka lat temu. Jest nim cały czas. Przed nami wielka praca polegająca na szerzeniu wiedzy o faktoringu. Najświeższe badania przeprowadzone przez jedną z niezależnych firm audytorskich na próbie tysiąca przedsiębiorstw mówią, że korzystają one z zewnętrznych źródeł finansowania, przy czym nieco ponad 30 proc. korzysta z kredytu obrotowego, 29 proc. z leasingu, a z faktoringu ledwie 3 proc. Tak więc, po trzykroć edukacja!

Musimy szukać swojego miejsca w nowych, innych niż do tej pory segmentach rynku. Szukać razem jako członkowie PZF. Jesteśmy siłą. Widzę bowiem, jak jesteśmy oceniani przez związki faktorów w innych krajach. Nasze inicjatywy, choćby dotyczące corocznego kongresu, stały się stałym obywatelstwem punktem programu dla całego europejskiego związku faktorów. A warto przypomnieć, że zaczynaliśmy bardzo skromnie z kilkoma członkami. Dziś mamy ich 22. Kongres odbywa się cyklicznie i wrósł w mapę wydarzeń faktoringowych w Europie. Według danych Głównego Urzędu Statystycznego skupiamy w Polskim Związku Faktorów 90 procent obrotu rynku. To chyba dobitnie świadczy, że nasza organizacja efektywnie reprezentuje branżę. –DSP

KALENDARIUM PZF

1992 ■ pierwsza transakcja faktoringowa w Polsce zrealizowana w Pierwszym Polsko-Amerykańskim Banku. (Inne źródła wskazują na Bank Handlowy i na Bank Przemysłowo-Handlowy, Kraków)

1994 ■ powstała spółka faktoringowa Handlowy Hel-

ler SA należąca do Heller Intl. BV i Banku Handlowego

1995 ■ powstała spółka faktoringowa Polfactor SA należąca do BRE Banku i Intermarket Bank AG

1998 ■ powstała spółka Pekao Faktoring sp. z o.o., należąca do Banku Pekao SA

1999 ■ powstała spółka Forin sp. z o.o. należąca do Banku Millennium

2000 ■ odbyło się pierwsze spotkania robocze przedstawicieli faktorów w celu ustalenia płaszczyzn i zasad współpracy

2001 ■ Powstała spółka Raiffeisen Faktoring ■ zgromadzenie powołujące do życia Konferencję Instytucji Faktoringowych. Konferencja dzia-

ła w ramach Związku Prywatnych Pracodawców Banków i Instytucji Finansowych – PKPP Lewiatan ■ powstała Arvato Services, spółka faktoringowa należąca do Grupy Bertelsmann Media ■ wg statystyk FCI faktoryzy polscy zrealizowali obroty na poziomie 3330 mln EUR

2002 ■ powstaje Bibby Factors Polska, sp. z o.o., spółka należąca do Bibby Financial Services (UK)

2003 ■ obroty firm – członków Polskiego Związku Faktorów – osiągnęły wartość 12,1 miliarda złotych

2004 ■ GMAC Commercial Finance rozpoczyna działalność faktoringową ■ obroty firm – członków PZF – osiągnęły wartość 14,1 miliarda złotych

2005 ■ obroty dziewięciu firm – członków Polskiego Związku Faktorów – osiągnę-

ły wartość 11,3 miliarda złotych

2006 ■ do Konferencji Instytucji Faktoringowych należy już dziesięć faktorów: Arvato Services Polska, Bibby Faktoring Polska, BZ WBK Faktor, Eurofaktor Solution, 4Faktor, GMAC Commercial Finance, ING Commercial Finance, Pekao Faktoring, Polfactor i Raiffeisen Faktoring Polska

Polski faktoring w Lidze Mistrzów



→ERIK TIMMERMANS
SEKRETARZ GENERALNY INTERNATIONAL FACTORS GROUP

Światowa branża faktoringowa wzrosła w 2012 roku o 8 proc. i osiągnęła szacowane obroty o wartości 21,19 miliardów euro liczone jako wartość wierzytelności nabytych przez firmy faktoringowe w ciągu roku. Szacuje się, że branża zrealizowała usługi finansowania o wartości 309 mld euro, skorzystało z nich 500 tys. firm, przeważnie małe i średnie przedsiębiorstwa o rocznych obrotach poniżej 10 mln euro. Bepośrednio w branży faktoringowej pracowało około 46 tys. osób.

W krajach Unii Europejskiej branża wzrosła prawie o 5 proc., co w relacji do trudnych warunków ekonomicznych, z którymi zmagają się Europa, jest wynikiem zaskakująco dobrym. Polski faktoring prezentuje się na tym tle wyjątkowo imponująco – wykazał wzrost o prawie 37 proc. (rok do roku), a o 27 proc., jeżeli skorygujemy ten wynik stosownie do wahań kursu PLN/EUR. Z łącznym obrotem o wartości prawie 25 mld euro polski faktoring z pewnością dołączył do Ligi Mistrzów Faktoringu!

Branża faktoringowa co roku bije rekordy obrotów i staje się coraz ważniejszą dostawcą usług finansowania dla małych i średnich firm, przyspiesza wzrost eksportu, wspomaga gospodarkę krajową w wychodzeniu z kryzysu i tworzeniu nowych miejsc pracy. Branża stale ulepsza i poszerza portfolio świadczonych usług, aktualnie

o finansowanie łańcucha dostaw czy kredytowanie przedsiębiorstw w oparciu o składniki majątku firmy. Potencjał wzrostu jest nadal ogromny. Porównanie wskaźnika penetracji branży w skali globalnej (łączna wartość obrotów branży do światowego PKB) wynosi aktualnie 4,19 proc. (dla Unii Europejskiej jest to 9,36 proc., a dla Polski – 6,45 proc.). Inną, bardzo interesującą perspektywę potencjału branży daje porównanie wartości obrotów faktoringowych do globalnej wartości rozliczeń między firmami, którą – według danych VISA za 2012 rok – szacuje się na poziomie 110 trylionów dolarów. Oznacza to, że niecałe 2,5 proc. wzajemnych rozliczeń światowego biznesu dokonuje się za pośrednictwem faktoringu. Jaka to ogromna przeszczeń do zagospodarowania! Jednak branża, oprócz dbałości o wzrost obrotów, ma wciąż wiele do zrobienia. Rozwiązania stosowane w faktoringu i usługi finansowania handlu pozostają nadal niewystarczająco znane i rozumiane w świecie biznesu, polityki, a może również w wielu bankach. Czy działanie na rzecz zmian takiego podejścia nie powinno stać się pierwszoplanowym zadaniem własnym branży? Moim zdaniem nie chodzi tu tylko o wiedzę. Dlaczego, na przykład, faktoring w kraju X podlega regulacjom, a w kraju Y faktoryzy działają w takim otoczeniu prawnym, że jeśli nie są to duże banki bądź ich podmioty zależne, to świadczenie usług faktoringowych jest wyjątkowo utrudnione? Dlaczego przepisy regulujące cesje wierzytelności w tym lub innym kraju

są tak różne? Dlaczego używamy tych samych nazw dla różnych produktów, a ten sam produkt sprzedajemy pod innymi nazwami – Jak to możliwe, że szef departamentu faktoringu w banku może powiedzieć: „My dajemy klientom wyłącznie faktoring niepełny, niech całe ryzyko pozostanie po stronie klienta – nie będziemy się męczyć z dłużnikami”. Czy ta osoba nie wie i nigdy nie słyszała, że fundamentalną cechą faktoringu jest możliwość otrzymania pieniędzy za wierzytelności? Dodam przy okazji, że są to zazwyczaj te same osoby, które decydują o obniżaniu funduszy na szkolenia dla pracowników, a z powodu oszczędności nie biorą udziału w konferencjach i wydarzeniach branżowych. Chodzi o to, że branża faktoringowa potrzebuje harmonizacji, najlepszej wiedzy i umiejętności, potrzebuje mówić jednym głosem w swojej obronie i działaniach wspierających. W IFG dążymy do stworzenia własnego organu międzynarodowego, który będzie lobbował w imieniu branży i włączy w te działania naszych dostawców i organizacje o profilu działalności zbliżonym do naszego. Zobaczmy, jak wyglądają niektóre z naszych działań w tym zakresie. W październiku 2013 roku IFG, Uniwersytet Maltański i FIMBank zainaugurują pierwszy certyfikowany kurs finansowania handlu (międzynarodowego) na poziomie akademickim (3 moduły dwutygodniowej intensywniej nauki oraz jeden tydzień przeznaczony na studia nad finansowaniem handlu). Jest to przełomowa inicjatywa w historii naszej branży. Po raz pierwszy otrzymujemy oficjalne wsparcie

i uznanie świata akademickiego. Podjęliśmy też strategiczne partnerstwo z Commercial Finance Association, federacją amerykańską. W ramach tej współpracy chcemy się wymienić najlepszymi rozwiązaniami oraz doświadczeniami zarówno w dziedzinie faktoringu, jak i finansowania aktywami. Komitet Prawny IFG finalizuje prace nad modelowym rozwiązaniem prawnej regulacji faktoringu, który będzie wykorzystywany jako przykładowe rozwiązanie dla krajów, które takich regulacji jeszcze nie dokonały. Inicjatywa ta będzie wspierana przez CFA i mam nadzieję, że również przez inne krajowe i międzynarodowe federacje faktorów. Z satysfakcją odnotowujemy fakt, że działania EU Federation, organizacji lobbującej utworzonej z naszej inicjatywy, obejmują 97 proc. działań na rzecz faktoringu. Obecnie EUF prowadzi badania naukowe, które przedstawiają ekonomiczne uwarunkowania branży faktoringowej w Europie. I wreszcie 23–24 października tego roku na konferencji w Stambule podzielimy się wiedzą na temat finansów łańcucha dostaw (SCF) i finansowania na bazie aktywów przedsiębiorstwa (ABL). Nasza branża ma ogromny potencjał, by ze swoimi produktami znaleźć się w głównym nurcie usług finansowych. Oferujemy firmom na całym świecie rozwiązania, które zapewniają tak bardzo potrzebną płynność i kapitał obrotowy, przy wyjątkowo niskim poziomie ryzyka dla instytucji finansowych. IFG wspólnie z faktoremi należącymi do federacji, partnerami i ze sponsorami wykrykuje z całej siły: Jeśli nie należysz do nas, dołącz do kampanii! Jeśli jesteś już członkiem IFG, ale nie jesteś zbyt aktywny – pomóż nam upowszechnić te informacje! —DSP



CZŁONKOWIE
POLSKIEGO ZWIĄZKU
FAKTORÓW

arvato
BERTELSMANN



Jak powstawał Polski Związek Faktorów

Historia PZF wiąże się z transformacją ustrojową lat 90. ubiegłego wieku. Proces prywatyzacji i konsolidacji banków umożliwił powstanie nowych podmiotów oferujących klientom całkiem nowe rozwiązania.

Obrotów wierzytelnościami, tak rozpowszechnionych w gospodarkach krajów „starej” Unii, w Polsce lat 90. ubiegłego wieku praktycznie nie istniał. Pierwsze transakcje quasi-faktoringowe (finansowanie pojedynczych faktur) zrealizowano w 1992 r. Zorganizowany rynek faktoringu zaczął krystalizować się dopiero od 1994 r., od momentu podjęcia działalności przez spółkę Handlowy Heller. Kolejno pojawiały się: w 1995 r. – Polfactor, a w 1998 Pekao Faktoring, a w 1999 Forin, spółka Banku Millennium. Pionierzy faktoringu napotkali wiele barier, wśród których najtrudniejszymi był

brak dostatecznej wiedzy o tej usłudze i strach przed ewentualnymi negatywnymi skutkami korzystania z niej. Pionierzy faktoringu musieli przede wszystkim zapewnić inwestorów, że zainwestowane środki są właściwie ulokowane i przyniosą wysoką stopę zwrotu. Następnie musieli kreować rynek. Budzić popyt oraz uczyć przedsiębiorców, jak korzystać z faktoringu. Wreszcie, trzeba było kompletować kadre, opracowywać procedury i niezbędne know-how oraz projektować i wdrażać nieodzowne software. Warto podkreślić, że w tym momencie na świecie działało już od ponad półwiecza 708 firm faktoringowych, a ich obroty osiągnęły w 1998 roku wartość pół biliona dolarów!

W 2002 r. w Polsce działało już pięć wyspecjalizowanych firm faktoringowych. Pierwsze spotkania odbyły się w 2000 r., ale dopiero 7 listopada 2001 roku Handlowy Heller, Forin, Pekao Faktoring i Polfactor

powołały do życia krajową federację pod nazwą Konferencja Instytucji Faktoringowych w Polsce. W pierwszym okresie działania KIF aktywnie współpracowała ze Związkiem Prywatnych Pracodawców Banków i Instytucji Finansowych, branżowym zespołem PKPP Lewiatan. W późniejszym okresie federacja obrała własne kierunki działalności. Głównym celem działań Konferencji była ochrona interesów firm członkowskich, współpraca na rzecz promocji faktoringu i koordynacji działań edukacyjnych.

W kolejnych latach do federacji przystępowały następne firmy. W 2006 r. do KIF należało już dziesięć faktorów. Faktoring stawał się coraz bardziej popularny. Powstawały kolejne podmioty, co skutkowało tym, że dotychczasowa formuła organizacyjna KIF wyczerpała swoje możliwości. 28 kwietnia 2006 r. reprezentanci firm członkowskich postanowili, o zmianie formuły organizacyjnej – KIF zakończyła swe

istnienie, a krajowa federacja firm faktoringowych rozpoczęła działalność pod nazwą – Polski Związek Faktorów.

Głównym zadaniem Federacji pozostaje integracja rynku faktoringowego oraz promowanie i popularyzacja faktoringu. Przez 12 lat istnienia Związek Faktorów skutecznie promuje i informuje o sprawach dotyczących branży. Gromadzi i publikuje kwartalne i roczne statystyki.

PZF jest też aktywny na forum międzynarodowym. Jest jednym z inicjatorów i współzałożycieli EU Federation – europejskiej federacji krajowych stowarzyszeń faktorów.

Warto podkreślić, że kilkunastoletnia działalność krajowego związku faktorów jest widoczna i doceniana w kraju i za granicą. W 2010 r. PZF zorganizował po raz pierwszy Międzynarodowy Kongres Faktoringu, w którym uczestniczyły setki reprezentantów branży z Polski oraz uznani eksperci zagraniczni. Do dziś odbyły się już trzy takie konfe-

rencje z udziałem Factors Chain International, International Factors Group, EU Federation oraz krajowych stowarzyszeń firm faktoringowych, takich jak: ABFA z Wielkiej Brytanii, Deutsche Factoring Verband czy Asociacion Espanola de Factoring.

We wrześniu 2013 r. odbędzie się kolejna, czwarta już, edycja Kongresu. Związek jest wydawcą specjalistycznego periodyku branżowego „Faktoring. Almanach Polskiego Związku Faktorów”. Kolejną inicjatywą związku jest współpraca z ośrodkami akademickimi. Nasi eksperci prowadzą seminaria i wykłady na temat faktoringu dla studentów wyższych szkół ekonomicznych.

W celu zaktywizowania środowisk akademickich w pracach i badaniach nad faktoringiem związek prowadzi konkurs o „Złote Pióro PZF”. Najlepsze prace licencjackie, magisterskie i doktorskie są nagradzane i publikowane w Almanachu PZF.

Opr. DSP

dokończenie → 3

■ Formuła Konferencji Instytucji Faktoringowych wyczerpuje swoje możliwości. Konferencja rozwiązuje się. ■ powstaje Polski Związek Faktorów ■ obroty firm, członków PZF osiągnęły wartość 13,8 miliarda złotych

2007 ■ obroty firm – członków PZF – osiągnęły wartość 18,8 miliarda złotych

2008 ■ obroty firm – członków PZF – osiągnęły wartość 32,9 miliarda złotych

2009 ■ powstaje EU Federation, federacja siedmiu krajowych

związków firm faktoringowych. PZF jest jednym z inicjatorów i założycieli tej federacji ■ obroty firm – członków PZF – osiągnęły wartość 30,1 mld zł

2010 ■ w Warszawie odbył się Pierwszy Międzynarodowy Kongres Faktoringu ■ obroty firm – członków

PZF – osiągnęły wartość 65,2 mld zł

2011 ■ ukazał się pierwszy rocznik Almanachu PZF, „Faktoring 2011. Almanach Polskiego Związku Faktorów r. I.” ■ w Warszawie odbył się Drugi Międzynarodowy Kongres Faktoringu ■ obroty firm – członków

PZF – osiągnęły wartość 67,1 miliarda złotych

2012 ■ ukazał się drugi rocznik Almanachu PZF, „Faktoring 2012. Almanach Polskiego Związku Faktorów r. II.” ■ w Warszawie odbył się Trzeci Międzynarodowy Kongres Faktoringu ■ ob-

roty faktorów należących do PZF osiągnęły poziom 83,1 miliarda złotych

2013 ■ ukazał się trzeci rocznik Almanachu PZF. ■ 19–20 września w Warszawie odbywa się IV Międzynarodowy Kongres Faktoringu ■ Związek liczy 22 członków. ■