

## Zalety faktoringu zakupowego dla przedsiębiorców.

Faktoring zakupowy to mniej znana odmiana faktoringu, o odwróconym schemacie.

Bezpośrednim beneficjentem finansowania tej formule jest płatnik faktury, bo to za niego zobowiązanie z tytułu zakupu towarów lub usługi zastępczo reguluje firma faktoringowa na rzecz dostawcy - wystawcy faktury.

Tak jak w faktoringu sprzedażowym i tu chodzi o wsparcie płynności finansowej u przedsiębiorcy – **mówi Jarosław Grygiel**, Dyrektor krajowy Credstep Poland sp. z o.o., odpowiedzialny za rozwój biznesu w obszarze mikrofaktoringu online w Polsce. Faktor swoją usługą umożliwia utrzymanie płynności finansowej po stronie nabywcy zakupów firmowych, gdyż dzięki faktoringowi zakupowemu duży jednorazowy wydatek na rzecz dostawcy zostaje zamieniony na zobowiązanie okresowe wobec faktora, o charakterze płatności ratalnych, rozciągniętych nawet na pół roku. W obecnych czasach właśnie te pół roku może być krytyczne w kontekście utrzymania niezbędnego poziomu środków pieniężnych w kasie firmy. Faktoring zakupowy jest więc ekonomicznie substytutem kredytu kupieckiego, o który aktualnie coraz trudniej, jako że przedsiębiorcy obawiają się o wypłacalność swoich kontrahentów, przez co nie są skory odraczać terminu zapłaty – **dodaje Jarosław Grygiel**. Faktoring odwrotny zapewni więc płynność finansową po stronie kosztów firmy, bo odroczy i rozterminuje wydatek, jaki zachwiałyby stanem gotówki w przedsiębiorstwie. Co znamienne, może być on z powodzeniem stosowany przez te firmy, które dotąd faktoringiem się w ogóle nie interesowały, a więc przedsiębiorców z segmentu B2C i tych, którzy nie odraczają swoim klientom terminów zapłaty.

Jarosław Grygiel z Credstep Poland dodaje, że prowizja stosowana przy faktoringu odwrotnym to koszt typowy dla finansowania krótkoterminowego i porównywalny do stopy dyskonta stosowanej przy faktoringu sprzedażowym, a więc relatywnie niewielki, zaczynający się od 1,5% brutto za miesiąc finansowania. Potencjalnym klientem może być każda firma, która dla utrzymania swojej sytuacji rynkowej musi poczynić konieczne nakłady, np. na zatowarowanie sklepu, wyposażenie pracowników w laptopy, czy na przekształcenie swojego biznesu stacjonarnego na biznes online, a jednorazowy ciężar takich nakładów pozbawiłoby przedsiębiorstwo cennej gotówki.

Co do faktoringu w czasie pandemii COVID-19, to branże, które zawsze potrzebowały faktoringu sprzedażowego dla wsparcia chronicznie niedomagającej płynności finansowej,

teraz potrzebują zastrzyku gotówki jeszcze bardziej. Często przybiera to formę dramatycznej walki o przetrwanie. Dotyczy to na przykład firm z sektora TSL, zwłaszcza transportu międzynarodowego. Coraz większą desperację widać też u przedsiębiorców budowlanych. Na zupełne odcięcie od strumieni pieniądza cierpią firmy B2C zajmujące się handlem stacjonarnym, gastronomia, hotele i salony urody. Ta sytuacja to wyzwanie zarówno dla nich samych, jak i dla ich wierzycieli. Z kolei faktorzy zostają postawieni przed wymogiem adaptacji do nowych reguł gry, jeśli chodzi o weryfikację klientów i zarządzanie ryzykiem niewypłacalności – **komentuje Jarosław Grygiel**. Ten ostatni wskaźnik właśnie drastycznie podskoczył. Tym samym trudno mówić, o tym że wzmożone zainteresowanie faktoringiem przekłada się na większy poziom zysku ze zrealizowanych przez faktora transakcji. Wbrew okolicznościom, faktoranci wciąż jeszcze wydają się być przywiązani są do faktoringu niepełnego lub nienotyfikowanego, choć w obecnej sytuacji powinni zdecydowanie wybierać faktoring bez regresu, zawierający element zabezpieczenia przed negatywnymi skutkami braku terminowej zapłaty należności przez odbiorcy faktury.

Opracowanie: Credstep Poland