





RAPORT RÓŻA BEZ KOLCÓW

„Cyfryzacja bankowości to wielka szansa dla dostawców usług finansowych – pod warunkiem że wiedzą, jak wykorzystać jej potencjał” – podkreśla w raporcie Róża bez kolców NIKLAS ENGE, dyrektor regionalny na kraje nordyckie i Polskę w firmie Progress. Przyglądamy się rynkowi banków w Polsce uważnie i nie mamy najmniejszych wątpliwości co do tego, że znaczna część obecnych na rodzimym rynku banków wie, w jakim kierunku zmierza i jaki potencjał drzemie w nowoczesnych technologiach i automatyzacji procesów. A bez dwóch zdań wie to wyróżniony przez nas Bank Pekao SA. Dlaczego? Zapraszamy do zapoznania się z raportem.

WADY I ZALETY BANKOWOŚCI CYFROWEJ

Cyfryzacja bankowości to wielka szansa dla dostawców usług finansowych – pod warunkiem, że wiedzą jak wykorzystać jej potencjał. W przeciwnym wypadku, grozi im znaczne osłabienie relacji z klientem. Wynika to z faktu, że konsumenci, pomimo entuzjazmu względem cyfrowej bankowości, nadal cenią sobie kontakt z konsultantem.

NIKLAS ENGE,

dyrektor regionalny na kraje nordyckie i Polskę w firmie Progress

Przeniesienie usług finansowych do sieci, sprawia, że klienci nie czują się związani ze swoimi dostawcami. Równocześnie jednak, częste rozmowy pracowników z konsumentami nie są opłacalnym rozwiązaniem dla większości podmiotów finansowych. Konieczne jest więc znalezienie kompromisu. Banki mogą to osiągnąć poprzez wykorzystanie jednej z największych zalet cyfrowej bankowości – personalizacji.

Paradoksalnie, przeniesienie usług finansowych do sieci pozwala na znacznie głębsze poznanie i zrozumienie klienta. Istnieje

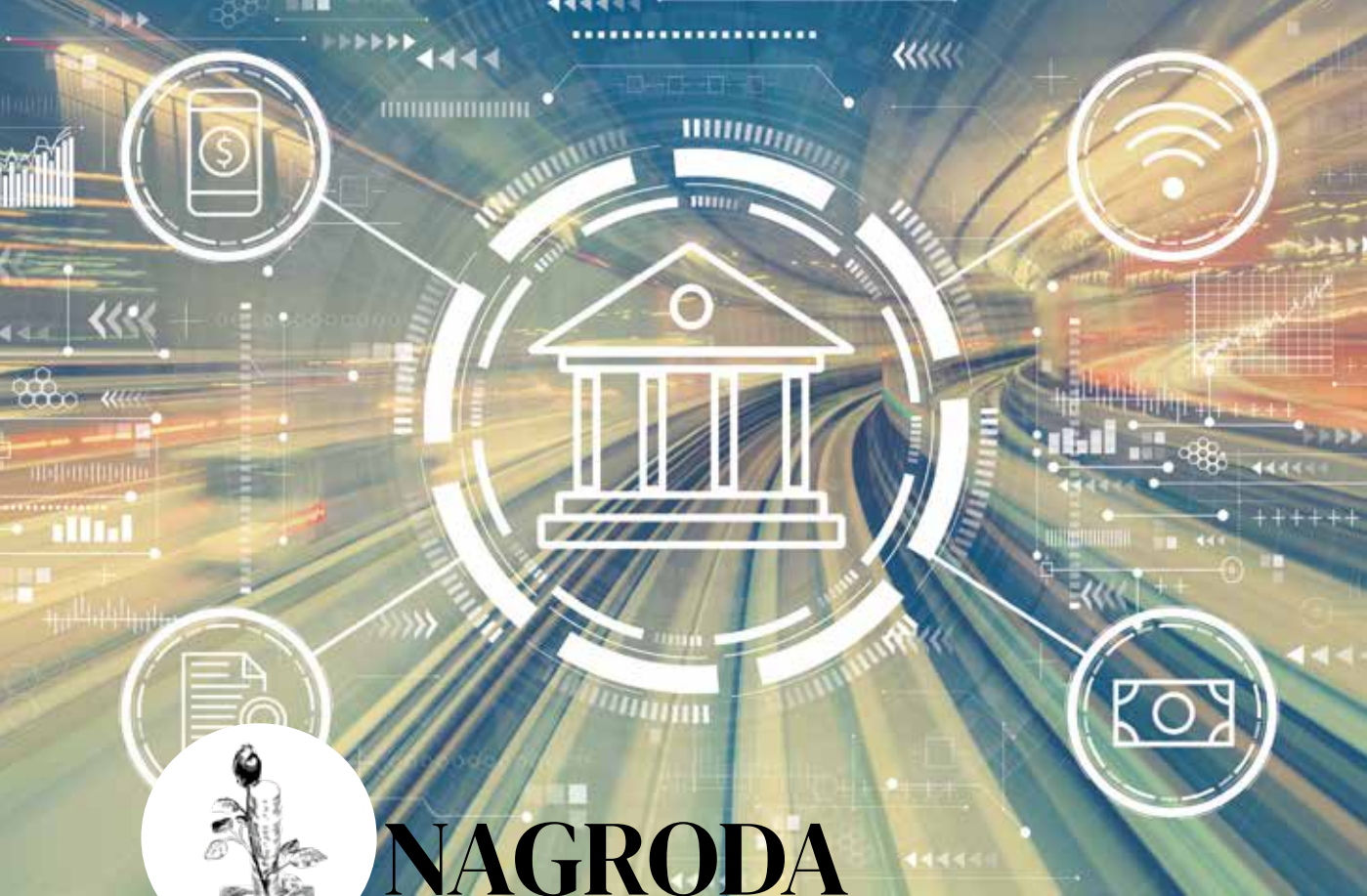
wiele rozwiązań, które to umożliwiają. Banki mogą m.in. skorzystać z generatywnej sztucznej inteligencji w formie chatbotów. Narzędzia te, oprócz czynnego wspierania użytkowników w rozwiązywaniu napotykanym przez nich problemów mogą rejestrować ich konkretne zachowania aby następnie, bazując na zdobytej w ten sposób wiedzy, tworzyć personalizowane oferty. Na przykład, jeżeli dany użytkownik często pyta chatbota o oprocentowanie jego konta depozytowego, istnieje duże prawdopodobieństwo, że dąży on do uzyskania jak największego zwrotu z oszczędności. W odpowiedzi bot może zaproponować takiemu klientowi podjęcie działań mających na celu maksymalizację jego zysku.

Dodatkowo, cyfryzacja umożliwia bankom identyfikację klientów, którzy doświadczają problemów finansowych. Może być to użytkownik zbliżający się do swojego limitu debetowego lub osoba o niskiej ocenie punktowej BIK. Bank, po otrzymaniu odpowiedniej informacji, jest w stanie zaproponować takim konsumentom spersonalizowane porady lub oferty, umacniając w ten sposób relację z nimi. Dostawcy usług finansowych mogą skorzystać z tej funkcji dzięki implementacji platform DXP.

Inną istotną kwestią jest przejrzystość danych. Banki mogą to osiągnąć poprzez staranne przygotowanie ich stron internetowych. Posiadanie widocznie wydzielonych sekcji informacyjnych skierowanych do konkretnych typów klientów jest tego doskonałym przykładem. Mogą to być oddzielne podstrony dla firm oraz dla klientów indywidualnych. Dzięki temu użytkownik od razu uzyskuje dostęp do interesujących go treści.

Cyfrowa bankowość ogranicza kontakt między konsumentem a konsultantem. W zależności od kroków, na jakie zdecyduje się dany bank, sytuacja ta może mieć dwojakie skutki. W przypadku zignorowania problemu, może on znacznie zmniejszyć poziom konkurencyjności dostawcy usług finansowych. Jeżeli jednak bank będzie w stanie umiejętnie wykorzystać najnowszą technologię, zyska dostęp do szeregu zalet oferowanych przez cyfrową bankowość, które pozwolą mu na lepsze zrozumienie klienta i tym samym, ulepszenie jakości dostarczanych mu usług. ■





NAGRODA

BANK PEKAO

UZASADNIENIE

Za skokowy wzrost sprzedaży kredytów hipotecznych i znacznie wyższą sprzedaż pożyczek gotówkowych. Za rekordową kwartalną sprzedaż nowych kont osobistych i wcześniejsze od założeń osiągnięcie 3,2 mln aktywnych klientów bankowości mobilnej. Pierwsze trzy miesiące roku przyniosły bankowi także znaczącą dynamikę finansowań MŚP i stabilizację portfela kredytów korporacyjnych oraz utrzymanie niskich kosztów ryzyka.

Bank Pekao od niemal wieku wyznacza standardy na rynku. To odpowiedzialny partner w codziennym życiu milionów Polaków. Pomaga spełniać marzenia i realizować pasje. Wpływa pozytywnie na rozwój gospodarki, buduje sil-

ne relacje z przedsiębiorcami i zapewnia bezpieczeństwo klientom. W prosty i przyjazny sposób wprowadza w życie innowacyjne usługi. Aspiracją banku jest być liderem na polskim rynku bankowym. Ma ambicję być najszybciej rozwijającym

się, nowoczesnym bankiem z ofertą wykraczającą poza tradycyjne usługi. Pragnie wzmacniać siłę rodzimych marek oraz zapewniać wygodę i bezpieczeństwo wszystkim klientom. Chce być inspirującym miejscem pracy.

GODNI ZAUFANIA

Badanie „Postawy Polaków wobec cyberbezpieczeństwa” – przygotowane przez Biostat na zlecenie agencji doradczej 2PR – wskazuje, że większość ankietowanych (51,6 proc.) wyraża zaufanie do instytucji finansowych w kwestii cyberbezpieczeństwa. Z raportu wynika również, że ponad połowa respondentów (53,6 proc.) jest przekonanych o odpowiedniej ochronie swoich finansów internetowych.



BARTOSZ SOSNÓWKA,
partner zarządzający w agencji 2PR

5 9,7 proc. mężczyzn twierdzi, iż posiada zaufanie do instytucji finansowych, podczas gdy 44,2 proc. kobiet jest tego samego zdania. Co więcej, kobiety częściej niż mężczyźni wybierały odpowiedź negatywną bądź deklarowały niewiedzę. 53,5 proc. osób z wykształceniem średnim wyrażało zaufanie do instytucji finansowych w kontekście bezpieczeństwa online. Niewiele mniej, bo 52,5 proc. osób z wykształceniem wyższym podzielało te przekonanie. Osoby z wykształceniem poniżej średniego wykazywały najmniejsze zaufanie do instytucji finansowych w kwestii cyberbezpieczeństwa. Bez względu na wiek respondentów, ich zdanie dotyczące posiadania zaufania do instytucji finansowych w kontekście cyberbezpieczeństwa jest podobne. Niemniej jednak osoby w wieku od 30 do 49 lat są najbardziej skłonne do wyra-

żenia braku zaufania wobec tych instytucji. Warto również zauważyć, że osoby starsze stosunkowo częściej wykazują zaufanie do instytucji finansowych w kontekście bezpieczeństwa online.

Finanse odpowiednio chronione

W odpowiedzi na pytanie: „Czy uważasz, że Twoje finanse są odpowiednio chronione?”, ponad połowa respondentów (53,6 proc.) była przekonana, że tak. Niemniej jednak 30,4 proc. ankietowanych nie było w stanie podać jednoznacznej odpowiedzi. Mężczyźni częściej niż kobiety uważali, że ich finanse są odpowiednio zabezpieczone w Internecie. 61,4 proc. mężczyzn wyraziło takie przekonanie, w porównaniu z 46,5 proc. kobiet.

Niezależnie od wieku respondentów, ponad połowa wszystkich uczestników badania była przekonana, że ich finanse online są dobrze chronione. Niemniej jednak osoby w wieku od 18 do 29 lat wykazywały największe przekonanie co do bezpieczeństwa swoich finansów w Internecie. Warto zauważyć, że osoby powyżej 50. roku życia częściej wybierały odpowiedź „nie wiem” – 32,4 proc. w wieku 50-59 lat



**59,7 PROC. MĘŻCZYŹN
TWIERDZI, IŻ POSIADA
ZAUFANIE DO INSTYTUCJI
FINANSOWYCH. TEGO
SAMEGO ZDANIA JEST 44,2
PROC. Kobiet.**



i 35,1 proc. w wieku 60 lat i powyżej. Zaufanie umożliwia sprawne funkcjonowanie i rozwój rynku finansowego. W Polsce uznano je nawet za jeden z celów nadzoru nad rynkiem finansowym. Budowa lub naprawa zaufania to główny postulat w kontekście nowych projektów rozwijających ten rynek. Instytucje finansowe opierają działalność na zaufaniu swoich klientów, których składki, depozyty i inwestycje tworzą ich aktywa. Kapitał własny tego typu podmiotów jest wielokrotnie mniejszy

od zarządzanych przez nie kwot. Wizerunek jest natomiast jednym z najcenniejszych aktywów. Zmiany, jakie niosą za sobą globalizacja, liberalizacja i informatyzacja usług finansowych wymuszają rozwój tradycyjnego podejścia do działań w obszarze komunikacji.

Najmniej pewności co do bezpieczeństwa finansów online mieli badani w wieku od 30 do 39 lat. 21,2 proc. z nich nie było przekonanych co do ochrony swoich finansów online. Podobnie, bo 20,3 proc. osób w wieku od 40 do

49 lat również miało wątpliwości w tej kwestii.

O badaniu:

Badanie przeprowadzone w lutym 2024 roku na reprezentatywnej (1000 osób) grupie osób powyżej 18. roku życia, zamieszkujących teren Polski. Pomiar zrealizowany przy wykorzystaniu autorskiego panelu konsumentckiego „Badanie Opinii”. Badanie miało charakter ilościowy. Zrealizowane zostało na podstawie kwestionariusza ankiety. ■



BANKOWOŚĆ CYFROWA VS. STACJONARNA

Innowacje w obszarze aplikacji mobilnych i usług online sprawiają, że Europejczycy coraz częściej decydują się na korzystanie z bankowości cyfrowej. Według raportu Kearney „European Retail Banking Radar 2023” digitalizacja usług bankowych w Europie postępuje w zaskakująco szybkim tempie. Wbrew pozorom nie oznacza to jednak końca oddziałów stacjonarnych.



KAROLINA LEŚKIEWICZ,
dyrektor w warszawskim biurze
Kearney

ostatnia edycja raportu Kearney „European Retail Banking Radar” potwierdziła, że digitalizacja detalicznych usług bankowych coraz szybciej wypiera bankowość stacjonarną. Świadczą o tym

same liczby. W 2023 r. aż 45 proc. konsumentów wykorzystano kanały cyfrowe do zakupu produktów bankowych. To wzrost o 12 punktów procentowych względem roku 2020. Z raportu wynika także, że więcej niż jedna trzecia (37 proc.) wszystkich interakcji z bankiem jest obecnie całkowicie cyfrowa. Jednak mimo tak dynamicznego rozwoju e-usług, Europejczycy nadal cenią sobie wybór i możliwość odwiedzenia stacjonarnej placówki banku.

Cyfrowe technologie przededefiniowały sposób, w jaki korzystamy z usług bankowych. Coraz

częściej, zamiast udawać się do stacjonarnego oddziału banku, korzystamy ze smartfona czy smartwatcha. Zamiast rozmowy na żywo z doradcą bankowym rozmawiamy na czacie w aplikacji mobilnej.

Niewątpliwie na zmianę podejścia klientów do usług bankowych wpłynęły wydarzenia geopolityczne ostatnich trzech lat, a także pandemia COVID-19. Zwłaszcza to ostatnie zjawisko pokazało, że wszystkie usługi bankowe można realizować zdalnie. Warto podkreślić jednak, iż, mimo że konsumenci z krajów objętych badaniem chętnie kupują tego rodzaju usługi w sieci, to nadal oczekują od banków elastyczności i możliwości skorzystania zarówno z opcji internetowej, jak i stacjonarnej.

Rośnie popularność bankowości cyfrowej oraz mobilnej

Według naszego raportu, zarówno w przypadku researchu jak i zakupów przeprowadzanych za pomocą aplikacji mobilnej

lub przeglądarki, wyróżniają się w Europie dwa kraje. Największą zmianę w podejściu odbiorców do cyfrowych kanałów bankowych na przestrzeni lat 2020-2023 obserwujemy w Hiszpanii, gdzie odsetek transakcji w sieci wzrósł z 16 proc. do 38 proc. Na drugim miejscu pod względem dynamiki zachodzących przemian znajduje się Wielka Brytania, gdzie obserwujemy wzrost z 48 proc. do 69 proc. Jest to wynik znacznie powyżej europejskiej średniej.

Jak w tym kontekście wypada Polska? Specyficznie, gdyż jak obserwujemy, coraz więcej polskich klientów w ogóle nie korzysta z tradycyjnych kanałów elektronicznych, przedstawiając się całkowicie na bankowość mobilną. Według raportu NetB@nk Związku Banków Polskich, spośród ponad 19 mln klientów aktywnie korzystających z aplikacji mobilnych, 13,5 mln stanowili klienci mobile only, którzy nie logowali się regularnie do bankowości elektronicznej. Polski sektor bankowy jest bardzo zaawansowany jeśli chodzi o poziom innowacji i digitalizacji. Nadal jednak rozwija swój potencjał, systematycznie usprawniając aplikacje mobilne oraz przygotowując w nich dopasowaną do klienta ofertę. Edukuje przy tym nie tylko o zaletach, ale

też o konieczności bezpiecznego korzystania z narzędzi mobilnych, przy jednoczesnej ochronie swoich danych. To działania zgodne z polityką ESG i aktywnej edukacji społeczeństwa nt. finansów w sieci.

Bankowość stacjonarna jeszcze nie odchodzi do lamusa

Wraz z postępującą cyfryzacją zmniejsza się liczba fizycznych placówek banków – od 2008 r. swoje drzwi dla klientów zamknęła prawie połowa (41 proc.) z nich. Nie należy jednak zapominać, że nadal odgrywają one kluczową rolę dla wielu konsumentów. Już przed dwoma laty ponad połowa (55 proc.) Europejczyków przyznała, że odwiedza stacjonarne punkty co najmniej raz na kwartał.

Duże znaczenie oddziałów bankowych potwierdzają liczby – w 2023 r. 29 proc. konsumentów interakcji miało charakter omnichannel, tj. do sfinalizowania transakcji wykorzystano kanały zarówno elektroniczne, jak i fizyczne. Wyłącznie w placówkach pozostała jedna trzecia (33 proc.) wszystkich europejskich operacji bankowych. Elastyczny stosunek do stacjonarnych oddziałów bankowych mają także polscy klienci.

Trend zmniejszania liczby oddziałów banków jest wciąż powszechny i stanowi jeden z elementów wykorzystywanych do dalszej optymalizacji działalności sektora. W 2022 liczba własnych oddziałów 10 największych banków w Polsce spadła o ok. 7 proc. w porównaniu do poprzedniego roku. Według prognoz ekspertów banki będą dalej zamykać oddziały stacjonarne, jednocześnie unowocześniając działanie

istniejących placówek. Na spadek punktów stacjonarnych wpływają głównie młodzi klienci, którzy załatwiają większość spraw w smartfonach, nie odwiedzając już klasycznych oddziałów. Jednocześnie, nadal istnieje grupa klientów – zwłaszcza z pokolenia Silversów (50+), która preferuje tradycyjną obsługę w oddziałach bankowych. Chcąc wyjść naprzeciw ich potrzebom, banki będą musiały wykazać się elastycznością, oferując przyjazną i zrozumiałą ofertę.

Główne powody, dla których konsumenci nadal korzystają z punktów stacjonarnych to: możliwość uzyskania spersonalizowanej porady, chęć nawiązania kontaktu i wejścia w interakcję oraz większe zaufanie do tego typu usług. Wielu odbiorców, mimo korzystania z bankowości internetowej, w przypadku bardziej skomplikowanych transakcji, takich jak np. kredyt hipoteczny, nadal woli udać się do placówki i to tam zasięgnąć opinii specjalistów. Rynek dopiero zaczyna otwierać się na całkowicie zdalną sprzedaż i obsługę kredytów hipotecznych. Zmniejszając liczbę oddziałów, warto zatem dostosować te pozostałe tak, aby ich format był dopasowany do potrzeb wszystkich klientów.

Cyfryzacja bankowości detalicznej bez wątpienia będzie postępować. To, w jakim kierunku pójdzie sektor, można przewidzieć, ale skalę zmiany trzeba na bieżąco obserwować. Najnowszy obraz europejskiej bankowości detalicznej poznamy już w czerwcu, wraz z publikacją kolejnej edycji raportu Kearney „European Retail Banking Radar”. ■

TREND ZMNIEJSZANIA LICZBY ODDZIAŁÓW BANKÓW JEST WCIĄŻ POWSZECHNY I STANOWI JEDEN Z ELEMENTÓW WYKORZYSTYWANYCH DO DALSZEJ OPTYMALIZACJI DZIAŁALNOŚCI SEKTORA.

KRYTERIA FINANSOWANIA, czyli czy przedsiębiorcom łatwo dziś pozyskać finansowanie w banku?

Banki chciałyby pożyczać pieniądze firmom, ale są w tym ostrożne. Ich zapał studzi niepewna sytuacja gospodarcza. Natomiast apetyty małego biznesu na kredyty bankowe hamują wysokie stopy procentowe, wygórowane oczekiwania co do historii firmy i posiadanych zabezpieczeń oraz procedury weryfikacji bankowej – długie i z „czarnymi listami” wykluczonych branż.



**MAGDALENA
MARTYNOWSKA-BREWCAK,**
członek Zarządu eFaktor, dyrektor
zarządzająca Działem Sprzedaży
oraz Obsługi Klienta eFaktor

Wg ankiety NBP przeprowadzonej na początku stycznia 2024 roku, ponad połowa banków zgłasza rosnące zapotrzebowanie na kredyty długoterminowe ze strony przedsiębiorstw. W przypadku MŚP (Mikro, Małe i Średnie Przedsiębiorstwa) zapotrzebowanie jest najwyższe od połowy 2018 roku, czyli blisko 6 lat. Trend jest wyraźny, gdyż ankietę przeprowadzono wśród 23 banków, których łączny udział w portfelu kredytowym sektora bankowego dla przedsiębiorstw i gospodarstw domowych wynosi około 89 proc. Prognozy banków dotyczące popytu na kolejne kwartały również są optymistyczne.

W kolejnej ankiecie NBP, przeprowadzonej w marcu, nie za-

obserwowano istotnych zmian w spodziewanym poziomie kredytowania, jednak pojawiło się przekonanie, że w tym roku nie będzie obniżek stóp procentowych. Podczas kwietniowego posiedzenia Rada Polityki Pieniężnej (RPP) postanowiła utrzymać stopy procentowe NBP na dotychczasowym poziomie. Oznacza to, że główna stopa (referencyjna) pozostaje na poziomie 5,75 proc., więc przy obecnej inflacji będzie ograniczała popyt na kredyty. Brak obniżek stóp oznacza, że koszty pożyczania pieniędzy w bankach pozostają wysokie, wielokrotnie wyższe

niż 3-4 lata temu. To zniechęca wiele firm, szczególnie z kategorii MSP, gdzie dokładnie ogląda się każdą wydaną złotówkę.

Czego banki oczekują od przedsiębiorców starających się o kredyt?

Banki stosują różnorodne kryteria przy udzielaniu firmom kredytów, jest jednak kilka zasad, które się powtarzają. Przede wszystkim historia kredytowa. Jeśli przedsiębiorca wykazuje dobrą historię terminowych spłat, ma to pozytywny wpływ na możliwość uzyskania nowych środków. Oceniana jest też zdolność kredytowa firmy (na podstawie przychodów, zysków, aktywów, zadłużenia i innych wskaźników finansowych). Bank upewnia się w ten sposób, że firma będzie w stanie spłacić swoje zobowiązania. Pod uwagę brana jest także historia działalności i czas, przez jaki firma istnieje na rynku. Im dłużej, tym lepiej, dlatego przedsiębiorcom z krótkim stażem trudno będzie przekonać bankowych analityków do akceptacji wniosku.



Weryfikowane jest też ryzyko branży, w której działa firma. Niestety banki mają swoje listy wykluczonych branż. Firmy w nich działające środków nie dostaną. Jeśli kredytodawca uważa daną branżę za ryzykowną, nie przekonana go dobry stan finansów konkretnego wnioskodawcy. Może to dotyczyć np. firm budowlanych, transportowych, często handlowych czy usługowych.

Banki mogą też wymagać dodatkowych zabezpieczeń dla udzielanych kredytów. Na przykład w postaci nieruchomości, zapasów, zastawów rachunków bankowych czy akcji firmy.

Oceniają również przychody i zyski, aby określić stabilność finansową i zdolność do obsługi nowego kredytu. Potrzebny jest też plan biznesowy, który wyjaśnia, w jaki sposób firma wykorzysta kredyt oraz jak planuje spłacić zobowiązania.

Banki nie kryją: jest duży popyt, więc zaostrzymy kryteria finansowania

Niestety wiele z tych wymagań to dla małych podmiotów zapora nie do przebycia. Dodatkowo, upadki wielu firm zwiększają ostrożność banków przy udzielaniu finansowania MŚP. NBP na swojej stronie informuje, że: „Banki w IV kwartale 2023 r. zaostrzyły politykę kredytową w większości segmentów rynku kredytowego. Głównymi przyczynami tego zaostrzenia były: spadek jakości portfela kredytowego i pogorszenie perspektyw makroekonomicznych”. Wskazuje także, że banki zwiększyły wymagania dotyczące zabezpieczenia spłaty kredytu.

BRAK OBNIŻEK STÓP OZNACZA, ŻE KOSZTY POŻYCZANIA PIENIĘDZY W BANKACH POZOSTAJĄ WYSOKIE, WIELOKROTNIE WYŻSZE NIŻ 3-4 LATA TEMU.

Przy czym te oczekiwania już wcześniej były wyśrubowane.

Powodem ostrożności banków są problemy firm. W 2023 r. ogólna liczba niewypłacalnych podmiotów była o blisko 2 tys. większa niż w poprzednim roku (wg Coface). Natomiast wg Centralnego Ośrodka Informacji Gospodarczej (COIG) z rejestrów wykreślono najwięcej w historii indywidualnych działalności gospodarczych – 196,5 tys. Łącznie ze spółkami w tamtym roku zamknięto 220 tys. przedsiębiorstw – prawie 10 tys. więcej niż w 2022 r.

Jakie są alternatywy?

Alternatywną dla kredytów formą finansowania biznesu jest faktoring, który systematycznie rozwija się w ostatnich latach. W 2023 r. branża – wg danych Polskiego Związku Faktorów (PZF) – zanotowała wprawdzie niewielki spadek obrotów – o 2,3 proc., ale w IV kwartale rynek faktoringowy zaczął już odrabiać straty. Stało się to więc w tym samym momencie, kiedy NBP informował o zaostrzeniu warunków kredytowania przez banki. Z usług firm faktoringowych należących do PZF korzysta obecnie 26,3 tys. przedsiębiorstw, szczególnie małych i średnich. Wystawiły one blisko 26,8 mln faktur, z których środki szybciej trafiły do

klientów. W dłuższej perspektywie zarówno liczba klientów korzystających z faktoringu, jak i liczba faktur, jakie przedstawiają do finansowania, rośnie systematycznie. Dzięki szybszemu obiegowi pieniędzy firmy są w stanie inwestować i rozwijać swoją działalność. Pozwala to na większą elastyczność i konkurencyjność np. przez możliwość zakupu towarów wtedy, kiedy ich ceny są niższe.

W przypadku faktoringu kryteria finansowania są nieco inne niż przy kredycie bankowym. Tutaj liczy się nie czas funkcjonowania na rynku, czy branża, w jakiej podmiot działa, ale jego perspektywy na przyszłość. Dla przykładu nawet przedsiębiorca, który dopiero zaczyna działalność i jest z tzw. ryzykownej branży, ma szansę na finansowanie faktoringowe, jeśli ma podpisaną umowę z rzetelnymi kontrahentami o ugruntowanej pozycji. Takie finansowanie udzielane jest też znacznie szybciej niż bankowe, bo mniej jest formalności. Na decyzję o finansowaniu faktoringowym czeka się kilka dni (czasem godzin), a nie tygodnie czy miesiące jak w przypadku kredytu.

Faktoring nie jest przy tym konkurencją dla kredytu, a wręcz zwiększa szansę firmy na otrzymanie go. Dzieje się tak dlatego, że finansowanie faktoringowe polega na upłynnieniu już wystawionych przez przedsiębiorcę faktur. Taki mechanizm nie obciąża bilansu firmy, zatem jej „standing” jest wyższy i łatwiej będzie jej dostać kredyt. Przedsiębiorcy korzystający równoległe z kredytu bankowego i faktoringu zwiększają płynność finansową, rozwijają się szybciej niż konkurenci i są w stanie funkcjonować stabilnie w długim okresie. ■