



Raport BIK: Płatności odroczone 2025

Segmentacja i kluczowe zjawiska



Spis treści

Wprowadzenie	3
Struktura użytkowników BNPL – segmentacja analityczna BIK	4
Cztery osobowości i style zakupowe	5
Migracje klientów BNPL pomiędzy segmentami	6
Młoda, kobieca i cyfrowa - tak wygląda „twarz” BNPL w Polsce	9
Włączanie młodych ludzi na rynek kredytowy poprzez BNPL	11
Płatności BNPL na tle rynku kredytowo-pożyczkowego w Polsce	13
Jakość obsługi zobowiązań BNPL w sektorze finansowym	15
Opinie, motywacje i zachowania – głos użytkowników BNPL	18
Wnioski końcowe - fundamenty bezpiecznego BNPL w Polsce	23
Autorzy Raportu	25
Kontakt	25





Wprowadzenie

Jeszcze kilka lat temu odroczone płatności były traktowane jako nowy trend na rynku płatności konsumenckich. Dziś usługa "kup teraz, zapłać później" BNPL, to naturalny element zakupów online, symbol nowoczesnych finansów i kolejny standard na rynku usług finansowych.

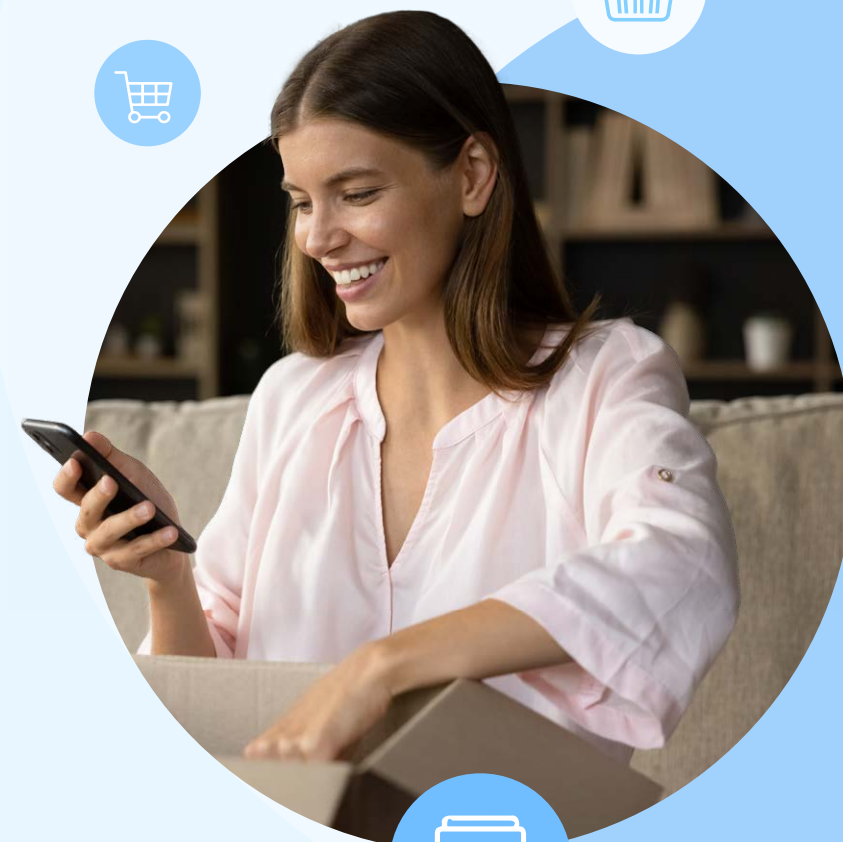
Kim są użytkownicy BNPL i co ich napędza?

Nasz Raport to nowe spojrzenie na użytkowników odroczonej płatności w Polsce. Na podstawie danych z centralnej bazy informacji kredytowej i pożyczkowej BIK wyłoniliśmy cztery grupy użytkowników różniących się zachowaniami, potrzebami i poziomem ryzyka. Analizujemy ich motywacje, preferencje zakupowe oraz czynniki ryzyka związane z przekredytowaniem. Analizujemy, jak ta metoda płatności wpływa na rozwój sektora bankowego i pożyczkowego.

Dlaczego warto przeczytać?

Niniejszy Raport to unikalne spojrzenie na BNPL – oparte na danych, których nie znajdzie się nigdzie indziej. Wskazujemy zarówno potencjał, jak i zagrożenia, a także podpowiadamy, jak odpowiedzialnie rozwijać rynek nowoczesnych płatności.

Zapraszamy do lektury i wspólnego odkrywania tego, co naprawdę kształtuje przyszłość BNPL w Polsce.



1 Struktura użytkowników BNPL – segmentacja BIK

O czym przeczytasz?

- Segmentacja BIK – nazwy i definicje
- Styl zakupowy społeczności BNPL i ich podejście do finansów
- Aspekty istotne w budowaniu strategii dla instytucji finansowych i w marketingu

W świecie dynamicznie rozwijających się usług płatniczych, także społeczność BNPL staje się coraz bardziej zróżnicowana. Składa się ona z mozaiki stylu życia, sposobu zarządzania budżetem i jest wyrazem indywidualnych postaw wobec finansów.

BIK opracował segmentację użytkowników BNPL, opartą na ich zachowaniach finansowych, skłonności do zaciągania zobowiązań oraz sposobie, w jaki przekształcają transakcje BNPL w kredyty celowe. Tak precyzyjne podejście pozwala lepiej zrozumieć potrzeby poszczególnych grup klientów, a jednocześnie trafniej oceniać potencjalne ryzyka.

Uzyskana analiza stanowi cenne wsparcie przy projektowaniu działań sprzedażowych i promocyjnych. Pomaga budować strategię, które łączą większą otwartość na włączenie finansowe z odpowiedzialnym podejściem do równowagi między dostępnością usług a bezpieczeństwem klientów.

Typ osobowości BNPL	Opis	Zachowanie finansowe	Poziom ryzyka
ŚWIADOMI FINANSOWO	Klienci, którzy po pierwszym skorzystaniu z BNPL nie sięgają po finansowanie pożyczką ratalną ani kredytem ratalnym.	Korzystają z BNPL jako bezpłatnej formy płatności, unikają zobowiązań z odsetkami.	Niski kontrola nad finansami.
IMPULSYWNI	Posiadacze BNPL, u których mniej niż 10% transakcji zostało przekształconych w zobowiązania ratalne.	Sporadyczne korzystanie z finansowania celowego, brak konsekwentnej strategii finansowej.	Umiarkowany ryzyko impulsywności.
ELASTYCZNI	Posiadacze BNPL, u których mniej niż 50% transakcji zostało przekształconych w zobowiązania ratalne.	Elastyczne podejście do finansowania – korzystają z BNPL i kredytów w zależności od sytuacji.	Średni zależność od okoliczności.
AKTYWNI ENTUZJAŚCI	Posiadacze BNPL, u których ponad 50% transakcji zostało przekształconych w zobowiązania ratalne.	Regularne korzystanie z kredytów ratalnych i pożyczek – BNPL jako stały element finansowania zakupów.	Podwyższony możliwość wzrostu zadłużenia.



Cztery twarze BNPL – mozaika osobowości i stylów zakupowych.

1

ŚWIADOMI FINANSOWO

- Osoba analityczna, podejmująca racjonalne decyzje.
- Dokładnie ocenia korzyści przed zakupem, preferuje logiczne podejście.
- W BNPL widzi sposób na uzyskanie najlepszej transakcji.
- Najlichnieszy segment nowych użytkowników, z dużym udziałem osób 65+.
- Operuje najwyższymi kwotami (średnio 477 zł), co zwiększa ryzyko przy opóźnieniach.
- Charakteryzuje się niską szkodowością innych zobowiązań.

2

IMPULSYWNI (otwarcia na nowości)

- Osoba optymistyczna, otwarta na nowości, często kupuje pod wpływem impulsu.
- Energetyczna, choć w finansach bywa roztargniona i częściej potrzebuje dłuższego finansowania.
- Najczęściej korzysta z BNPL – średnio 8 transakcji miesięcznie.
- Ma najwyższe średnie zadłużenie BNPL (726 zł), przy najniższej wartości pojedynczej transakcji (243 zł).
- Wyróżnia ją bardzo intensywne użycie płatności odroczonej, co wymaga monitorowania rosnącej łącznej wartości zobowiązań.

3

ELASTYCZNI (zrównoważone podejście do finansów)

- Osoba spokojna, empatyczna, ceniąca stabilność i harmonię.
- Dostosowuje wydatki do sytuacji finansowej, unika nadmiernego obciążania budżetu.
- Chętnie wybiera BNPL, korzystając z możliwości rozłożenia płatności; jako jedyna wykonuje transakcje na ok. 263 zł.
- Ostrożna – testuje rozwiązania, a gdy je zaakceptuje, korzysta regularnie.
- Dokonuje ok. 6 transakcji BNPL miesięcznie, utrzymując umiarkowaną częstotliwość korzystania.

4

AKTYWNI (entuzjaści zakupów)

- Osobowość bezpośrednia, zdecydowana, nastawiona na szybki efekt „tu i teraz”.
- Najlichniesza grupa wśród użytkowników BNPL; intensywnie korzysta z różnych form finansowania.
- Najmłodsza populacja (do 24 lat), z przewagą kobiet.
- Płatność traktuje jako narzędzie, dlatego często od razu rozkłada całą kwotę na raty.
- Ma wyższą szkodowość w innych produktach kredytowych; częściej wykorzystuje BNPL i rozłożenie na raty jako uzupełnienia budżetu w oczekiwaniu na przyszłe dochody.
- Wyższe niż w pozostałych kategoriach ryzyko nadmiernych obciążeń kredytowych w przyszłości.



Odroczone płatności rozkwitły w zakupach e-commerce. Jest to produkt wysoko elastyczny, pełni funkcję płatniczą, ale także w łatwy sposób umożliwia konsumentowi zamianę odroczonej płatności na spłatę w kilku ratach. Popularność i innowacyjność odroczonej płatności spowodowała nas do rozwinięcia analityki danych, przyjrzenia się, jacy klienci najczęściej korzystają z BNPL, na ile różnią się oni między sobą i dlaczego część reguluje swoje zobowiązania w okresie bezkosztowym, a część mniej lub bardziej chętnie rozkłada swoje odroczone płatności w spłaty na raty.

Sławomir Grzybek, dyrektor Obszaru Analiz Business Intelligence i Scoringu

Migracje klientów BNPL pomiędzy segmentami

Studium za okres 12 miesięcy, 2024 -2025, w oparciu o dane z bazy BIK

O czym przeczytasz?

- Jak zmieniają się zachowania konsumenckie – który segment jest bardziej stabilny, a który labilny i impulsywnie reaguje na trendy?
- Dynamika zmian na rynku – tendencje

Przedstawione cztery typy osobowości zakupowych BNPL zostały przeanalizowane przez BIK w czasie, pod kątem ewolucji behawioralnej. Powstała w ten sposób macierz migracji poszczególnych segmentów, z uwagi na dynamikę ich motywacji do zmiany oraz czynników wpływających na podejmowanie decyzji finansowych.

Analiza oparta na danych z 12 miesięcy pokazuje, że za decyzjami zakupowymi kryją się nie tylko potrzeby, ale też styl życia, emocje i skłonność do tolerancji danego poziomu ryzyka. Oto jak konsumenci myślą, wybierają i zmieniają się w czasie.

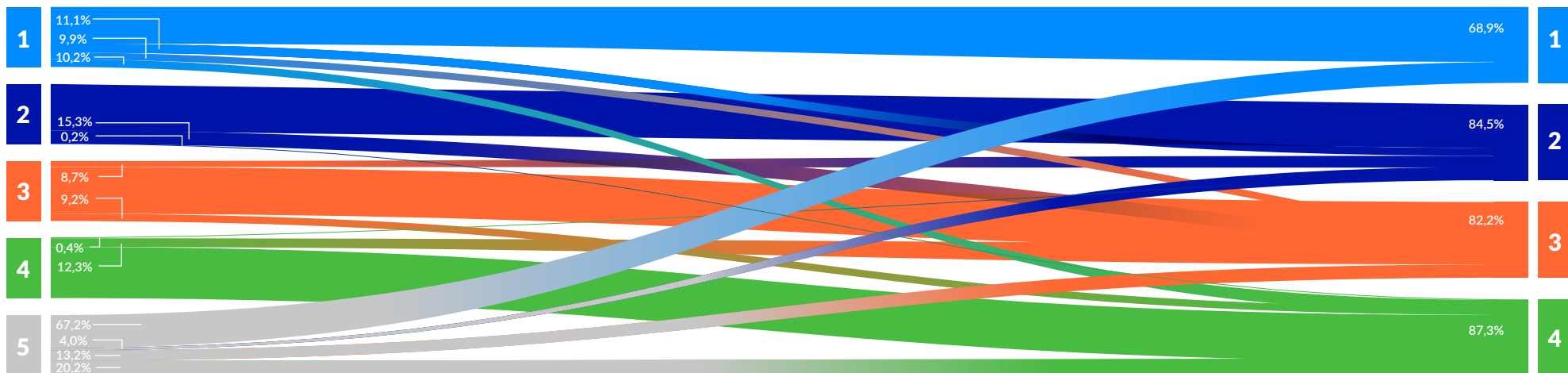
Analitycy BIK sklasyfikowali różnorodne sytuacje i skorelowali je z cechami poszczególnych grup. Niektóre grupy wykazują wysoką odporność na zmiany rynkowe, inne z kolei reagują błyskawicznie na promocje, trendy czy np. na zmiany w komunikacji marek. Widać też wyraźne zacieranie się granic między segmentami – konserwatywny dziś, jutro może zmienić się w eksploratora.

Okazuje się, że konsument, niezależnie od macierzystego segmentu, jest skłonny do zmiany postawy, przemieszcza się między segmentami w zależności od preferencji, emocji i sytuacji finansowej.

Wniosek: Cztery charakterystyczne segmenty klientów BNPL analizowane w czasie ujawniają skłonność do zmian zachowań konsumenckich. Analiza macierzy przepływów to żywy organizm, który zmienia się wraz z dynamiką potrzeb konsumenckich, idzie w parze razem z rynkiem.



2 Migracje klientów BNPL pomiędzy segmentami (12.2025 r. vs 12.2024 r.)



- Świadomi finansowo:** dokonują zakupów przemyślanych, wyliczają i planują, co w danym momencie jest najkorzystniejsze. Prawie 70% osób z tej grupy w ciągu roku pozostało wierne swoim nawykom i zazwyczaj operuje najwyższymi kwotami na tle innych typów zakupowych. Mniejsza część grupy – zmienia styl zarządzania finansami, migruje niemal w równym stopniu do trzech pozostałych grup..
- Impulsywni – gotowi na nowości:** decyzje podejmują pod wpływem okazji, w 84,5% pozostają przy swoich nawykach kredytowych. Mniejsza grupa zmienia nawyki na bardziej intensywne formy korzystania z kredytów w ciągu roku. Rodzi to ryzyko zwiększania poziomu swojego zadłużenia – i tak najwyższego ze wszystkich grup konsumenckich.
- Elastyczni** – mają zrównoważone podejście do zmieniających się warunków i potrzeb. 82% osób w tej grupie nie zmienia swojej postawy. Mniejszość, która migruje przejawia tendencje zbliżone do grupy Impulsywnych oraz Świadomych, często ograniczając zakupy, prawdopodobnie rezygnuje z życia na kredyt.
- Aktywni entuzjaści BNPL:** To najbardziej zagorzali zwolennicy zakupów i użytkownicy BNPL. Tylko niewielka część z tej grupy (niecałe 13%) przechodzi do mniej intensywnych form korzystania z kredytów. Ścierają się tu dwie siły: potrzeba spokojnego zarządzania domowym budżetem i rozkładania wydatków w czasie z chęcią natychmiastowych zakupów, korzystania z promocji, posiadania tu i teraz, mimo braku własnych środków.
- Nowi klienci:** w większości (63%) korzystają z BNPL w okresie bezodsetkowym, czyli trafiają do segmentu „Świadomych finansowo”.

2 Migracje klientów BNPL pomiędzy segmentami



Migracje konsumenckie, jakie prezentujemy na ilustracji, mówią znacznie więcej niżeli same dane statystyczne. Macierz migracyjna stylów konsumenckich pozwala uchwycić dynamikę zmian i zrozumieć, co skłania klientów do dokonywania nowych wyborów czy redefinicji potrzeb. Macierz migracji pokazuje typy zachowań oraz ich ewolucję, ale przede wszystkim wspiera w podejmowaniu decyzji biznesowych: pozwala zrozumieć potencjał poszczególnych grup, wspiera w prognozowaniu ryzyk i projektowaniu

Użytkownicy BNPL, choć na pierwszy rzut oka wydają się stabilni w swoich zachowaniach finansowych, w rzeczywistości podlegają subtelnym, ale znaczącym zmianom. Nasza analiza pokazuje, że w ciągu zaledwie 12 miesięcy wiele osób przechodzi między różnymi typami konsumenckimi – zmieniają się ich potrzeby, motywacje i sposób podejmowania decyzji finansowych. Typy osobowości to jedno, ale wybory poszczególnych grup są podyktowane zmieniającymi się okolicznościami w czasie.

Wnioski płynące z tej części raportu są kluczowe dla instytucji finansowych, fintechów i analityków rynku – pokazują, że BNPL to nie tylko wygodna forma płatności, ale także złożony ekosystem decyzji, który wymaga ciągłego monitorowania i zrozumienia.

Łukasz Kamiński, dyrektor Obszaru Korporacji i Instytucji Pożyczkowych, BIK



3 Młoda, kobieca i cyfrowa - tak wygląda „twarz” BNPL w Polsce

O czym przeczytasz?

- Portret użytkownika BNPL
- Preferencje oczekiwania od modeli finansowania zakupów
- Kobiety częściej wybierają BNPL

Użytkownicy BNPL to przede wszystkim osoby młode – najliczniejsze grupy wiekowe to 25–34 lata (27,3%) oraz 35–44 lata (34,4%).

W grupie klientów BNPL dominują kobiety. To one najczęściej sięgają po płatności odroczone, co może wynikać z codziennych potrzeb – łączenia pracy zawodowej, życia rodzinnego i zakupów online.

Analiza pokazuje, że kobiety częściej sięgają po odroczone płatności, choć nie tworzą jednolitej grupy konsumenckiej. Udział pań dominuje w segmencie Aktywnych (57,3%) użytkowników BNPL. Nieco mniej jest ich wśród Elastycznych użytkowników BNPL (55,4%) i prawie tyle samo wśród Impulsywnych (55,3%), które płacą i kupują w sposób dostosowany do bieżących potrzeb. Nieco mniejszy udział kobiet jest w segmencie Świadomych finansowo (53,4%), a więc klientów bardziej ostrożnych i racjonalnych.

BIK wychycił w swojej analizie wyraźne różnice w strukturze wiekowej klientów BNPL i banków. W porównaniu do klientów bankowych, którzy mają bardziej równomierny rozkład wiekowy, klienci BNPL są młodszy. Nowoczesne formy kredytowania dostępne na platformach e-commerce, w naturalny sposób przyciągają młodsze pokolenia.

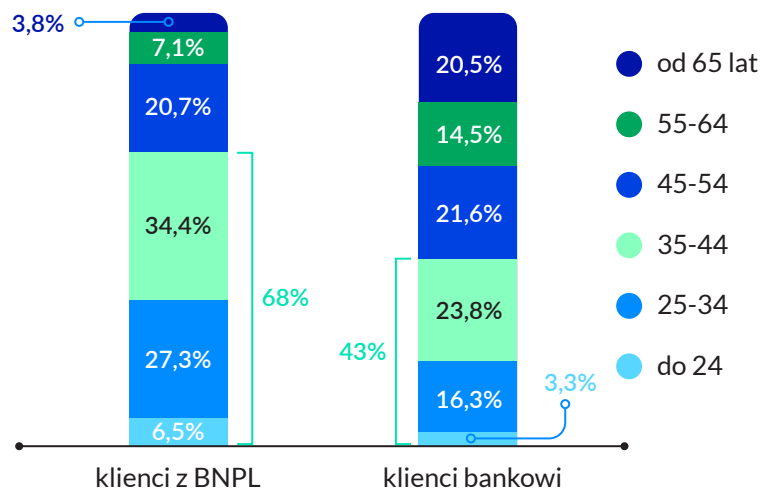
To kierunek, który sprzyja większej inkluzywności rynku finansowego i jego otwartości na nowe grupy klientów. Młodzi ludzie, którzy po raz pierwszy sięgają po BNPL, mogą w ten sposób zainicjować swoją obecność na rynku kredytowym. Dla wielu z nich płatności odroczone mogą być pierwszym krokiem na drodze do budowania historii kredytowej i świadomego zarządzania finansami. To pozytywny aspekt włączenia finansowego, którego beneficjentami są obie strony: konsumenci i instytucje finansowe, które chcą skutecznie odpowiadać na zmieniające się potrzeby klientów.



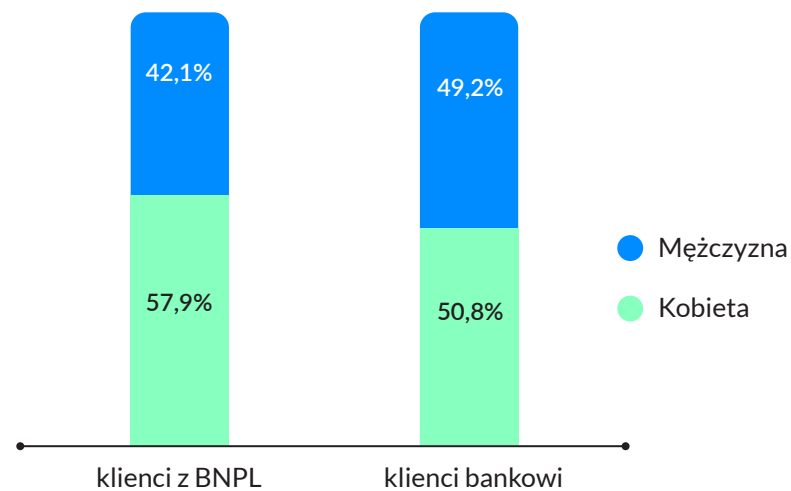
3 Młoda, kobieca i cyfrowa - tak wygląda „twarz” BNPL w Polsce



Statystyki wskazują na większą popularność BNPL wśród kobiet, które doceniają elastyczność i wygodę nowatorskich usług consumer finance.



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025



4 Włączanie młodych ludzi na rynek kredytowy poprzez BNPL

O czym przeczytasz?

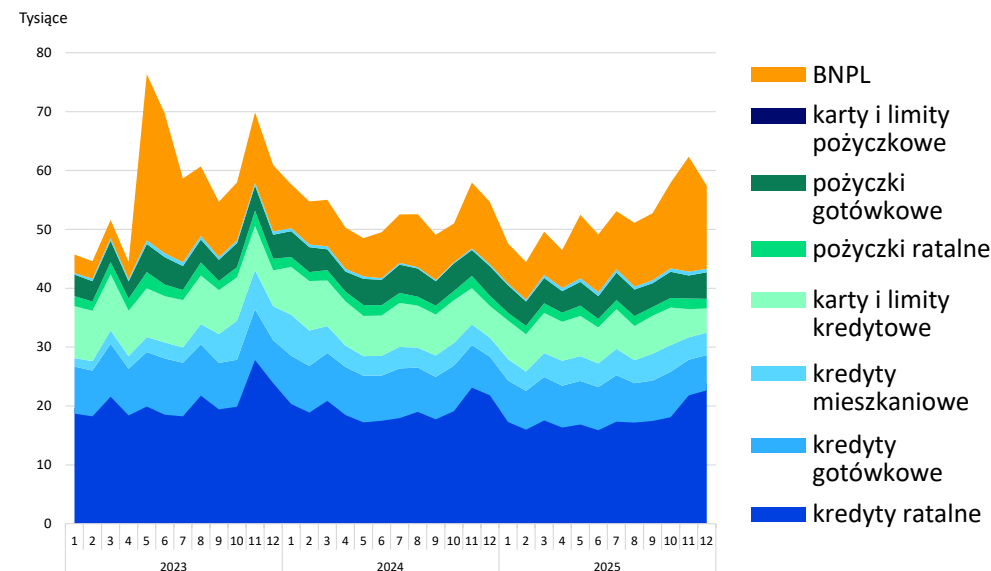
- Co piąty nowy klient na rynku kredytowym to użytkownik BNPL
- Klienci BNPL są drugą w kolejności największą grupą nowych klientów na rynku kredytowym
- Wysoka aktywność kredytowa klientów BNPL
- Perspektywy sektora bankowego - szansa na nowe źródło klientów

W 1 półroczu 2025 r. przybywa na polskim rynku kredytowym około 50 tysięcy nowych klientów miesięcznie. Korzystają oni ze zróżnicowanych produktów kredytowych, choć na pierwsze miejsce wyłaniają się osoby korzystające z kredytów ratalnych. Na drugim miejscu plasują się użytkownicy BNPL, którzy stanowią 20,5% wszystkich nowych klientów.

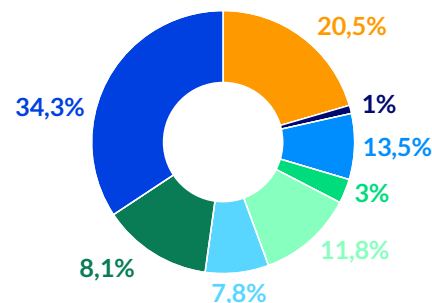
Z analizy BIK wynika, że 41,5% nowych klientów to osoby w wieku 18-24 lata. Wskazuje to na większą skłonność młodszych pokoleń do korzystania z nowoczesnych form kredytowania. Niemalże znaczenie ma aspekt „e-mobilności” polskiego konsumenta, który w 80% korzysta wyłącznie z aplikacji w smartfonie (źródło: badanie ZBP).

Wygoda i nowoczesne technologie płatnicze decydują o popularności ofert instytucji finansowych oraz doborze e-platform zakupowych. Od elastyczności formy płatniczej w dużym stopniu zależy decyzja zakupowa.

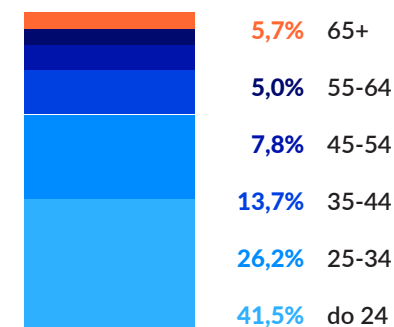
Liczba nowych klientów na rynku wg typu kredytu miesięcznie



Struktura nowych klientów na rynku wg produktów w 2025 r.



Struktura nowych klientów na rynku wg wieku klienta w 2025 r.



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025

4 Włączanie młodych ludzi na rynek kredytowy poprzez BNPL



Blisko 50 tys. osób miesięcznie stawia swoje pierwsze kroki w świecie finansów. Aż 39% z nich to osoby młode w wieku 18-24 lat, które wybierają BNPL ze względu na wygodę i przydatność. BNPL świetnie odpowiada na potrzeby klientów rozpoczynających swoje doświadczenie z rynkiem finansowym, niskie kwoty, szybkie okresy spłat pozwalają budować swoją wiarygodność płatniczą i kredytową, która będzie w przyszłości potrzebna do uzyskania kredytu hipotecznego. Warto w tym celu korzystać z usług wiarygodnego partnera, który troszczy się o dokonanie właściwej oceny zdolności kredytowej, która pozwala na dokonanie transakcji i z drugiej strony troszczy się o niewywołanie ryzyka kumulacji nadmiernego zadłużenia, które trudno spłacić w terminie. Dzięki zbudowanej historii spłat BNPL oraz rat można wyglądać atrakcyjniej dla banków podczas rozpatrywania wniosku o wymarzone pierwsze mieszkanie nawet jeśli jest się młodą osobą, której staż na rynku kredytowym jest krótki.

Łukasz Kamiński, dyrektor Obszaru Korporacji i Instytucji Pożyczkowych, BIK

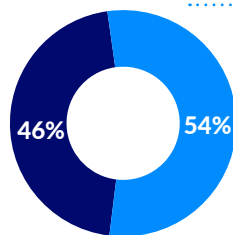
Nowi klienci BNPL to aktywni uczestnicy rynku kredytowego. Po pierwszej transakcji w opcji „Kup teraz, zapłać później”, 46% z nich pozostaje wyłącznie przy tej usłudze. Natomiast większość aktywnie sięga po kolejne produkty kredytowe i pożyczkowe.

Najczęściej wybieranymi produktami kredytowymi przez tych klientów są kredyty ratalne (75,1%) oraz pożyczki celowe na zakup konkretnych towarów lub usług (61,1%).

Transakcje BNPL mają więc cechę inkluzywności – umożliwiają nowym klientom zaistnienie i uczestniczenie w rynku kredytowym i korzystanie z dostępnych na nim produktów.

W czasach kurczącej się bazy klientów indywidualnych, pozyskanie nowej, dynamicznie rozwijającej się grupy, to pozytywny symptom dla sektora bankowego. To także szansa dla użytkowników BNPL, którzy mogą rozpocząć budowanie historii kredytowej.

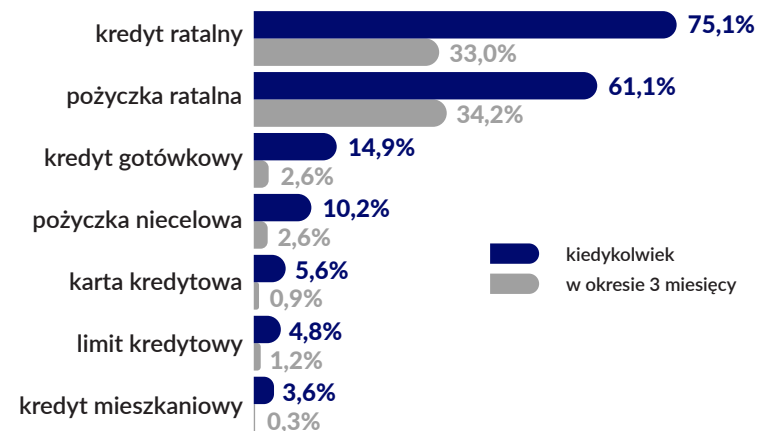
400 tys.
Nowi klienci
ryнку finansowego



46% brak otwartych
innych produktów
po BNPL

54% otwarty inny
produkt po BNPL

Odsetek klientów z pierwszą transakcją BNPL (217 tys.)
z typem sprzedanego produktu po BNPL



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025

5 Płatności BNPL na tle rynku kredytowo-pożyczkowego w Polsce

O czym przeczytasz?

- Sektory finansowania BNPL
- Zachowania płatnicze klientów BNPL

Najpopularniejszym dostawcą płatności odroczonych w Polsce są firmy pożyczkowe, które odpowiadają za 47% transakcji BNPL. Dla porównania bankowe usługi BNPL stanowią 32%, a klienci korzystający z transakcji BNPL zarówno w bankach, jak i firmach pożyczkowych zawierają 21% transakcji na rynku.

Spośród posiadaczy transakcji BNPL, 12% stanowili klienci, którzy zadebiutowali na rynku kredytowym w Polsce. To osoby, które po raz pierwszy dokonały transakcji BNPL, a dotychczas nie miały żadnego produktu kredytowego.

Do końca 2025 roku liczba klientów BNPL osiągnęła 3,3 mln, a liczba ich transakcji wyniosła 176 mln, co pokazuje rosnącą popularność tej formy finansowania zakupów.

Z danych BIK wynika także, że 1,7 mln klientów miało czynne umowy BNPL na dzień 31.12.2025. W ciągu ostatnich 12 miesięcy, 75,6% transakcji zostało spłaconych w okresie bezodsetkowym (grace period), podczas gdy 24,4% było rozłożonych na raty. Większość, bo aż dwie trzecie wszystkich transakcji BNPL nie przekraczało kwoty 500 zł. Zaledwie 2% stanowiły transakcje powyżej 1 tys. zł.

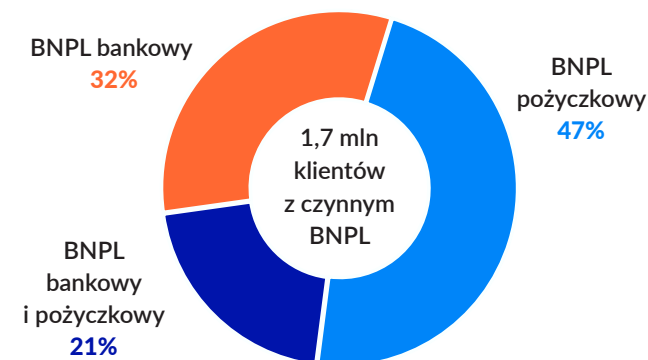
Oznacza to, że w większości Polacy wykorzystują formę płatności odroczonych do finansowania zakupów niskokwotowych.



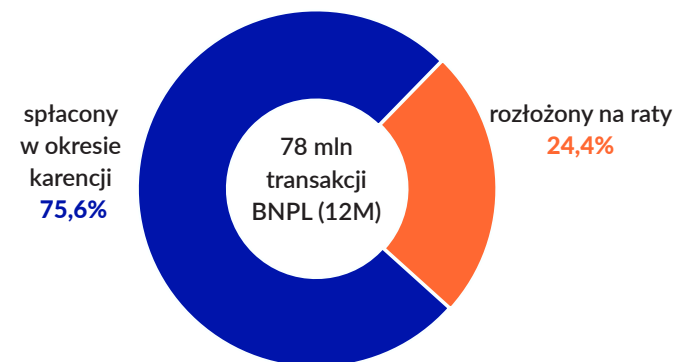
Dotychczas 3,3 mln klientów skorzystało z 176 mln transakcji BNPL

Transakcje finansowania zakupów konkretnych towarów na krótki okres do 35 dni lub produkty limitowe

Aktywni klienci BNPL wg sektora finansowania



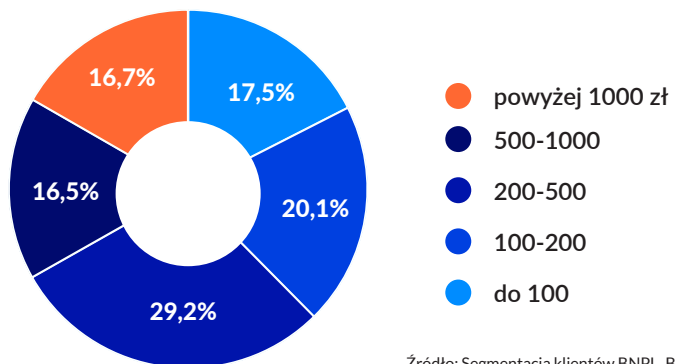
Transakcje BNPL z ostatnich 12 miesięcy



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025

5 Płatności BNPL na tle rynku kredytowo-pożyczkowego w Polsce

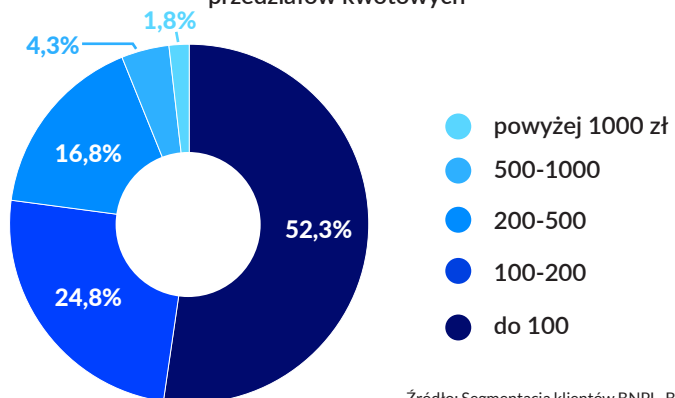
Struktura wartości udzielonych BNPL w ostatnich 12M według przedziałów kwotowych



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025

Dla porównania, odmienną strukturą charakteryzuje się rynek kredytów ratalnych. Kredyty ratalne do 1 tys. zł mają jedynie 8,6% udziału w wartości sprzedaży. Polacy wykorzystują transakcje BNPL do finansowania zakupów na niskie kwoty, zaś kredyty ratalne – do droższych zakupów.

Liczba udzielonych BNPL w ostatnich 12M według przedziałów kwotowych



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025



O czym przeczytasz?

- Dyscyplina płatnicza klientów BNPL
- Różnice w spłacie zobowiązań pomiędzy segmentami

Płatności BNPL na polskim rynku finansowym mają różny charakter. Najbardziej popularne są transakcje typu ratalnego, gdy płatność za konkretne zakupy jest odroczone o 30-35 dni i klient nie płaci przez ten okres żadnych odsetek. Instytucje pożyczkowe dają jednak swoim klientom różne opcje rozłożenia takiej transakcji na raty.

Są firmy, które już w momencie przyznania BNPL oferują klientowi możliwość rozliczenia ratalnego zaciągniętego zobowiązania, w okresie bezodsetkowym i wówczas automatycznie transakcja BNPL staje się pożyczką ratalną spłacaną w kilku ratach wraz z naliczonymi już wtedy odsetkami.

Z kolei inni pożyczkodawcy udzielają darmowego finansowania na określony czas, po upływie którego klient zobowiązany jest do spłaty długu – chyba, że sam zawnioskuje on o rozłożenie jej na raty – nie ma tu automatyzmu rozkładania na raty, jak w pierwszym przypadku.

Są wreszcie na rynku instytucje przyznające klientowi limit na płatności odroczone, w granicach którego można dokonywać wielu płatności za zakupy.



Transakcje BNPL są segmentem rynku, który szybko rośnie – w 2025 r. nastąpił znaczący wzrost nowej sprzedaży o 32,3% r/r. Aktualnie z 5,1 mln odroczonej płatności korzysta 1,7 mln osób, a ich zadłużenie z tego tytułu to 1,08 mld zł. Gdyby spojrzeć na cały okres 3 lat, czyli od momentu kiedy to transakcje BNPL funkcjonują na polskim rynku i są raportowane do BIK, to już 3,3 mln klientów skorzystało ze 176 mln transakcji. Jakość regulowania odroczonej płatności jest bardzo dobra – tylko niecały 1% klientów BNPL ma opóźnienia w spłacie powyżej 30 dni i jest to wskaźnik znacznie niższy i tym samym lepszy niż w jakimkolwiek innym produkcie kredytowym czy pożyczkowym.

Sławomir Nosal, kierownik zespołu analiz w BIK

6 Jakość klientów BNPL w sektorze finansowym

Wśród kredytobiorców bankowych:

- jest 1,4 mln użytkowników BNPL i stanowią oni 9,8% ogółu klientów bankowych,
- mają zdecydowanie niższy odsetek opóźnień powyżej 90 dni w spłatach swoich kredytów bankowych niż ci, którzy nie korzystają z tej usługi,
- zaledwie 0,5% ma opóźnienia 3-miesięczne na transakcjach BNPL, a 1,6% na kredytach bankowych.

Dla porównania, wśród klientów sektora bankowego, którzy nie korzystają z BNPL, opóźnienia powyżej 90 dni ma 5,5% klientów.

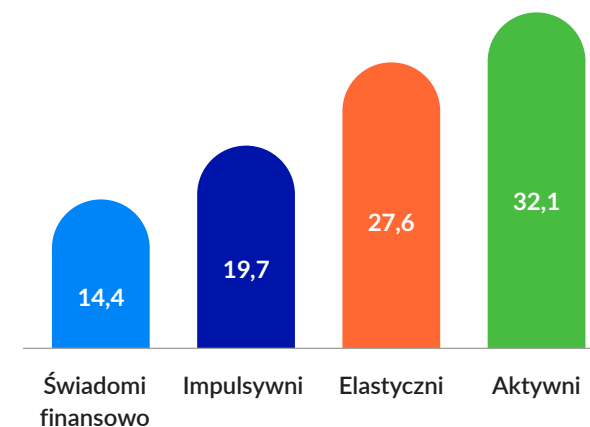
Co prawda użytkownicy transakcji BNPL mają nieco wyższy wskaźnik wczesnych opóźnień (do 30 dni) na swoich kredytach bankowych – 10,5%, ale nie przekłada się on później na większe opóźnienia powyżej 30 dni. Trend ten jest trwały od wielu miesięcy, co może sugerować większe roztargnienie czy nonszalancję klientów BNPL, którym zdarza się zapominać spłacić ratę kredytu, ale prawie zawsze regulują swoje zobowiązanie w ciągu kolejnych kilku dni.

Analizując szerzej ryzyko kredytowe klientów BNPL, wniosek z analizy jest następujący: im częściej klient przekształca swoje transakcje odroczonej płatności w raty, tym jest bardziej aktywny na rynku kredytowym, ale też częściej zdarzają mu się opóźnienia w spłacie.

Najniższe średnie zadłużenie w produktach consumer finance na 1 klienta występuje w segmencie „Świadomych finansowo” (14,4 tys. zł), a najwyższe jest ono dla „Aktywnych” (32,1 tys. zł).



Średnie zaangażowanie na kliencie z tytułu posiadanych produktów consumer finance*
- ujęcie portfelowe w tys. zł

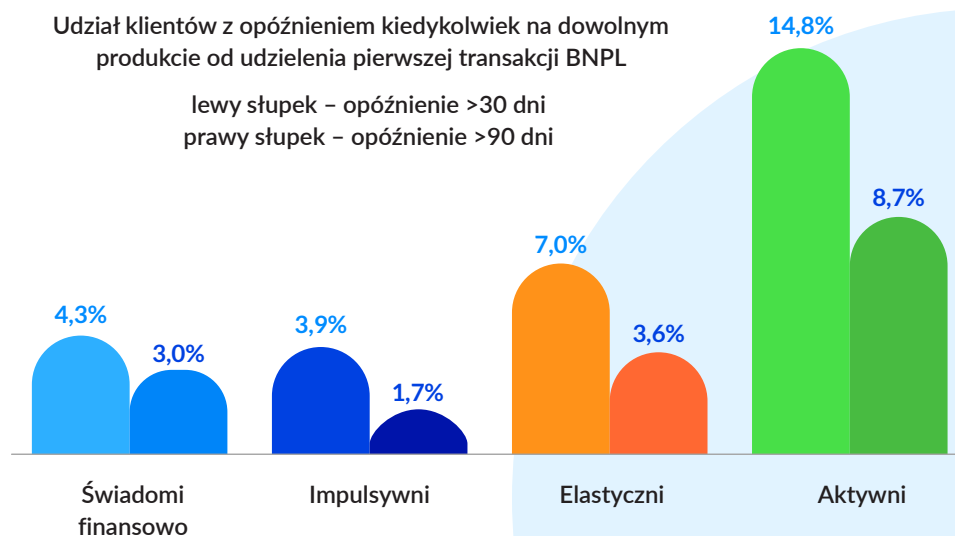


* bez kredytów mieszkaniowych

Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025

6 Jakość klientów BNPL w sektorze finansowym

Klienci „Aktywni” – częściej niż przedstawiciele pozostałych trzech segmentów BNPL, posiadają opóźnienia w spłacie zobowiązań zaciągniętych po pierwszej transakcji z wykorzystaniem płatności odroczonej. Z kolei najbardziej rzetelni są klienci „Impulsywni”, którzy tylko sporadycznie decydują się na zamianę BNPL na raty (poniżej 10% transakcji) oraz „Świadomi finansowo” korzystający z BNPL wyłącznie w okresie bezodsetkowym. Udział klientów z opóźnieniem powyżej 90 dni wśród wszystkich klientów bankowych to 5,1%.



Źródło: Segmentacja klientów BNPL, BIK 2025



7 Opinie, motywacje i zachowania – głosem użytkowników BNPL

O czym przeczytasz?

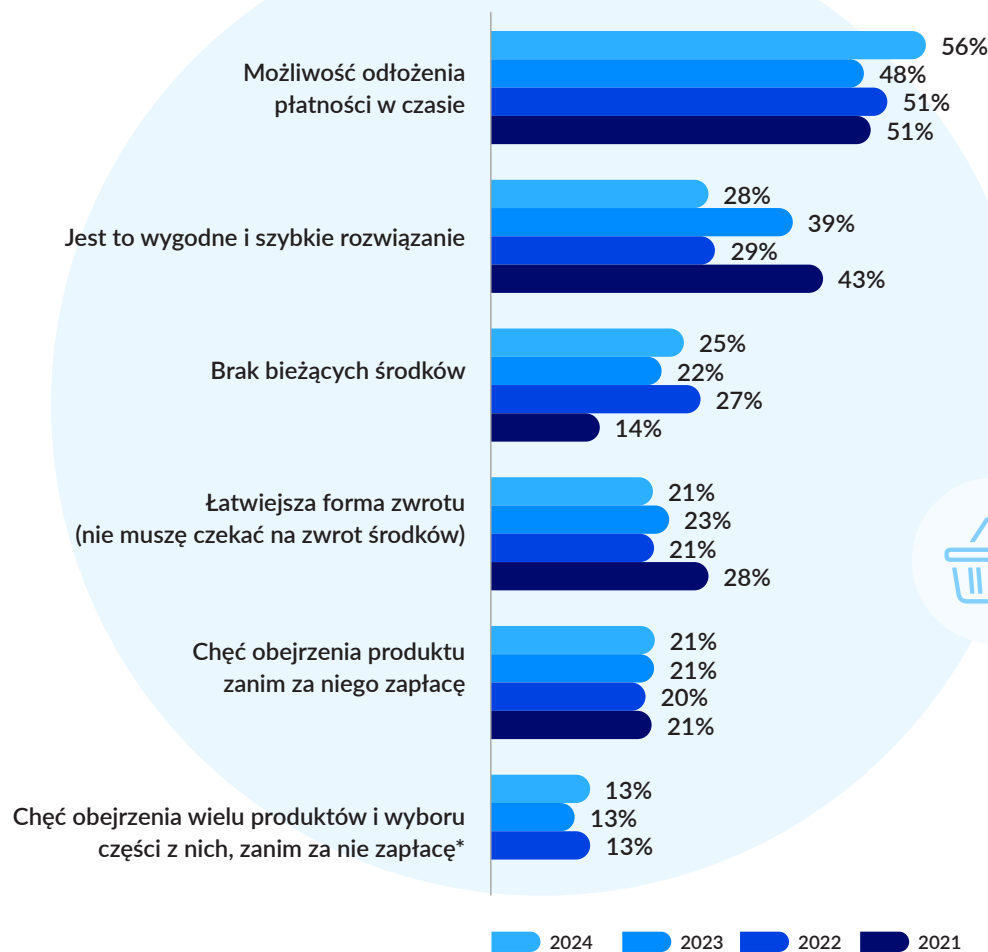
- Kluczowe korzyści kupowania z odroczonym terminem płatności
- Optymalizowanie zarządzania domowym budżetem
- Zmiana postrzegania BNPL i świadome podejście do kredytowania

Elastyczność – za to Polacy kochają BNPL

Zwolennicy płatności odroczonych doceniają je przede wszystkim za elastyczność. Dla ponad połowy użytkowników (56%) to właśnie możliwość dostosowania płatności do własnych potrzeb stanowi największą zaletę tego rozwiązania. BNPL przyciąga koncepcją procesu zakupowego – pozwala przetestować produkt przed zapłatą i uniknąć zamrażania środków w przypadku zwrotów. W efekcie BNPL staje się narzędziem nowoczesnego, świadomego konsumenta. Najczęściej klienci stosują płatność odroczoną przy zakupie odzieży (22%) oraz sprzętu RTV i elektroniki (po 20%).

Co czwarty użytkownik BNPL dokonuje zakupów mimo chwilowego braku środków. Możliwość odroczenia płatności pozwala lepiej zarządzać domowym budżetem, zwłaszcza w okresach zwiększonych wydatków. To rozwiązanie, które daje swobodę i poczucie kontroli nad finansami, szczególnie w okresach zwiększonych wydatków.

Jakie są główne powody korzystania z „płatności odroczonych”



*kategoria nie występowała w badaniu z 2021 roku Źródło: Badanie opinii „Płatności odroczone w Polsce, 2025”. Quality Watch dla BIK, CAWI, N 1069.

7 Opinie, motywacje i zachowania – głosem użytkowników BNPL

Wzrost świadomości, że BNPL to forma kredytu

Coraz więcej konsumentów postrzega BNPL jako formę kredytowania. Takie podejście oznacza właściwe zrozumienie tej usługi, sprzyja większej odpowiedzialności w korzystaniu z niej. Średnia ocen wzrosła z 3,76 do 3,98 w pięciopunktowej skali w 2024 roku. To pokazuje, że świadomość finansowa osób korzystających z BNPL w tym zakresie rośnie.



Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? (w skali 1-5)



Źródło: Badanie opinii „Płatności odroczone w Polsce, 2025”. Quality Watch dla BIK, CAWI, N 1069.

7 Opinie, motywacje i zachowania – głosem użytkowników BNPL

BNPL a historia kredytowa

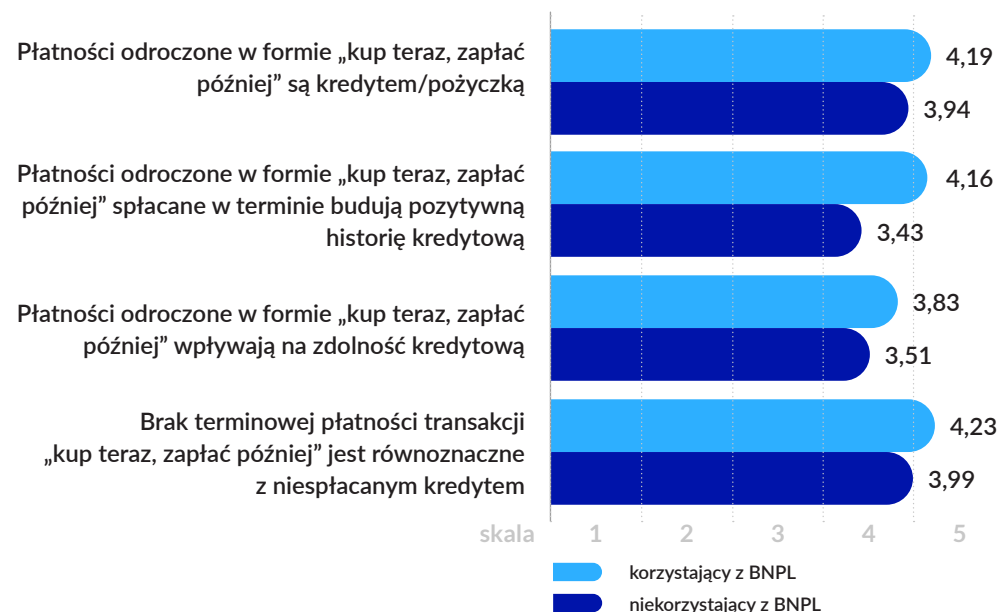
Korzystający z BNPL lepiej rozumieją mechanizmy działania tej usługi oraz jej wpływ na historię kredytową niż osoby, które z tego rozwiązania nie korzystają.

Największa różnica w postrzeganiu dotyczy budowania pozytywnej historii kredytowej – użytkownicy BNPL oceniają ten aspekt na 4,16 w skali 5-stopniowej, podczas gdy osoby niekorzystające z tej formy płatności tylko na 3,43. To znacząca luka, która może świadczyć o tym, że doświadczenie z produktem finansowym przekłada się na większą wiedzę o jego zaletach i konsekwencjach.

Podobnie jest w przypadku świadomości, że BNPL to forma kredytu lub pożyczki – tu różnica wynosi 0,25 punktu (4,19 vs. 3,94). Użytkownicy BNPL częściej rozumieją, że niespłacenie zobowiązania w terminie jest równoznaczne z niespłacanym kredytem (4,23 vs. 3,99), co może wpływać na ich większą ostrożność w korzystaniu z tego typu usług.

BNPL to nie tylko wygoda – to usługa wymagająca odpowiedzialności i zrozumienia zasad działania rynku finansowego.

Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? (w skali 1-5)



Źródło: Badanie opinii „Płatności odroczone w Polsce, 2025”. Quality Watch dla BIK, CAWI, N 1069.

7 Opinie, motywacje i zachowania – głosem użytkowników BNPL

Bezpieczeństwo i oczekiwanie transparentności

Użytkownicy oczekują transparentności i możliwości samodzielnego kontrolowania swoich wydatków. Rośnie zaufanie do bezpieczeństwa tej formy płatności, ale także oczekiwanie na powiadomienia o terminach spłaty.

77% użytkowników BNPL deklaruje, że otrzymuje z witryn zakupowych, 10% – nie zawsze, a 4% przyznało, że nie otrzymało żadnych przypomnień.

- 🛡️ To pokazuje, że dostawcy BNPL wciąż mają przestrzeń, by zdobywać zaufanie klientów dzięki większej transparentności i regularnemu informowaniu o ich zobowiązaniach,
- 🛡️ rośnie przekonanie, że każdy użytkownik BNPL powinien być sprawdzany pod kątem wiarygodności płatniczej w bazie BIK lub rejestrach BIG (4,02 w 2024 r. vs 3,84 w 2023 r.),
- 🛡️ użytkownicy oczekują także pełnej transparentności – aż 4,47 na 5 punktów uzyskała potrzeba otrzymywania powiadomień o zbliżającym się terminie spłaty, co pokazuje, jak ważna jest dla nich bieżąca kontrola nad zobowiązaniami.

Na ile zgadzasz się z następującymi stwierdzeniami? (w skali 1-5)



Źródło: Badanie opinii „Płatności odroczone w Polsce, 2025”. Quality Watch dla BIK, CAWI, N 1069.

7 Opinie, motywacje i zachowania – głosem użytkowników BNPL



Edukacja finansowa jest absolutną podstawą, by konsumenci świadomie i odpowiedzialnie korzystali z dostępnych na rynku metod finansowania. Kluczowe są tu zarówno transparentna komunikacja marek oferujących takie rozwiązania, jak i powszechny dostęp do informacji oraz skuteczne działania edukacyjne. Najnowszy raport BIK znakomicie wpisuje się w te zasady, rozwiewając wiele mitów związanych między innymi z płatnościami odroczonymi. Jako marka oferująca BNPL aktywnie włączamy się w inicjatywy, dzięki którym wspólnie budujemy bezpieczne środowisko zakupowe. Projektujemy nasze narzędzia w taki sposób, by wspierały kupujących w codziennych zakupach, wdrażając rozwiązania, które maksymalnie upraszczają zarządzanie domowym budżetem – czego przykładem są choćby przypomnienia o płatnościach i przejrzysta komunikacja naszych usług. Cieszymy się, że eksperci rynkowi widzą potrzebę edukacji w tym zakresie i dzielą się swoją wiedzą, by rynek płatności rozwijał się, zapewniając bezpieczeństwo kupujących oraz dbając o świadomość finansową konsumentów. Jesteśmy przekonani, że dostęp do danych o historii kredytowej klientów, dostępna m.in. na raportach BIK, wpisuje się w misję budowania bezpiecznego środowiska zakupowego.

Rafał Czernik, prezes Allegro Pay, VP Allegro



8 Wnioski końcowe - fundamenty bezpiecznego BNPL w Polsce

Edukacja konsumentów

Instytucje finansowe oferujące rozwiązanie BNPL jako metodę płatniczą powinny edukować klientów w zakresie ryzyka możliwego przekredytowania. Należy tłumaczyć, że BNPL nie jest zwykłą metodą płatności, a formą finansowania zakupu, która tworzy odroczone zobowiązanie po stronie konsumenta. BIK w ramach dobrych praktyk rynkowych, stworzył możliwość obserwowania swoich. Uwzględnienie transakcji BNPL na raportach konsumenckich (Raport BIK) pozwala ostrzegać konsumentów przed ryzykiem przekredytowania i monitorować swoją sytuację kredytową.

Zdolność kredytowa oraz wiarygodność kredytowa (historia kredytowa)

Włączenie do historii kredytowej transakcji BNPL – czynnych i zamkniętych – może poprawić lub utrzymać na niezmiennym poziomie wiarygodność kredytową większości klientów BNPL-owych na rynku Consumer Finance.

Zintegrowany rynek wymiany informacji o BNPL

Podmioty oferujące płatności w modelu BNPL, zainteresowane raportowaniem i weryfikacją wiarygodności klientów, mogą odnieść szereg korzyści uczestnicząc w wymianie informacji w ramach BIK. Zweryfikują wiarygodność finansową swoich klientów, zabezpieczą ich i same siebie przed ryzykiem wyłudzeń. Potencjał zaraportowanych transakcji BNPL stanowić może wartościowe uzupełnienie w procesie tworzenia modeli oceny ryzyka, co byłoby z korzyścią zarówno dla kredytodawców, jak i kredytobiorców.



Migracje pomiędzy segmentami i zmienność zachowań konsumenckich w czasie, mogą stanowić ważne źródło informacji dla instytucji finansowych, fintechów i analityków rynku – pokazują, że BNPL to nie tylko wygodna forma płatności, ale także złożony ekosystem decyzji, który wymaga ciągłego monitorowania i zrozumienia.
dr hab. Waldemar Rogowski, główny analityk Grupy BIK

KLAUZULA INFORMACYJNA

Opracowano w Biurze Informacji Kredytowej S.A.

Raport powstał na podstawie wiedzy i opinii własnej ekspertów Biura Informacji Kredytowej S.A. Autorzy nie ponoszą odpowiedzialności za jakiegokolwiek działania podjęte na podstawie treści zawartych w opracowaniu.

Informacje statystyczne przedstawione w materiale wynikają z aktualnego stanu bazy danych BIK, która opiera się na danych przekazywanych BIK przez instytucje finansowe. Dane gromadzone w bazie BIK mogą być przedmiotem aktualizacji przez instytucje finansowe, które są ich właścicielami. BIK zastrzega, że taka aktualizacja może obejmować również dane historyczne, objęte już publikowanymi informacjami, co może spowodować zmianę wartości danych historycznych.

BIK dokłada wszelkiej staranności, by dane BIK używane do przygotowania opracowania, były kompletne i aktualne, jednakże nie ponosi żadnej odpowiedzialności za decyzje biznesowe podejmowane na podstawie niniejszych informacji.

Niniejszy raport jest chroniony przepisami prawa autorskiego oraz innymi przepisami dotyczącymi ochrony własności intelektualnej.

Jakiegokolwiek wykorzystywanie, w całości lub w części, poza własnym użytkowaniem osobistym i dalsze rozpowszechnianie, bez zgody Biura Informacji Kredytowej S.A. jest zabronione. Jeżeli jakakolwiek część raportu zostanie wykorzystana, musi zawierać wszelkie zawarte w oryginalnej wersji oznaczenia, wskazywać nazwę Biura Informacji Kredytowej i tytuł raportu.

Logo BIK jest zastrzeżonym znakiem towarowym.

Autorzy Raportu



Łukasz Kamiński

Dyrektor Obszaru Korporacji
i Instytucji Pożyczkowych, BIK



Sławomir Nosal

Kierownik Zespołu Analiz
Business Intelligence, BIK



Sławomir Grzybek

Dyrektor Obszaru Analiz Business
Intelligence i Scoringu, BIK



dr hab. Waldemar Rogowski

Główny analityk Grupy BIK

Zapraszamy do kontaktu



Aleksandra Stankiewicz-Billewicz

Menedżer ds. relacji z mediami



aleksandra.stankiewicz-billewicz@bik.pl