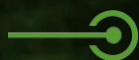


RAPORT 

Płatności ratałne i odroczone



2023/24

Partner Raportu:



IZBA
GOSPODARKI
ELEKTRONICZNEJ



Spis treści

- **Spis treści**
- **Wstęp**
 - Metodologia
 - Zapraszamy do dyskusji
 - Dla mediów
 - O Comfino
- **Zobacz wnioski teraz, przeczytaj raport później**
- **Przyszłość płatności w ecommerce i nie tylko (Paweł Szukalski)**
- 1. Polacy o płatnościach ratałnych i BNPL**
 - Znają, ale czy kupują?
 - Dlaczego raty, a dlaczego BNPL?
 - Szybko kupują, jeszcze szybciej oddają?
 - Płatność ratałna = droższy koszyk zakupowy
 - Jeszcze raty nie zginęły... (Mateusz Stach)
- 2. Płatności ratałne**
 - Kto kupuje na raty?
 - Co Polacy najczęściej kupują na raty?
 - Jakie raty wybierają kupujący?
 - Mobilne raty, czyli jak konsumenci dokonują zakupów?
 - M-commerce stawia wyzwania (Tomasz Malski)
- 3. Płatności odroczone**
 - Kto wybiera płatności odroczone?
 - Jakie kategorie najpopularniejsze?
 - Przyszłość BNPL obiecująca (Ewelina Orzechowska)
 - Jak Polacy odraczą?
 - BNPL z korzyścią dla przedsiębiorcy (Danuta Czapeczko)
- **Bonus: coraz bliżej święta!**
- **Zakończenie (Rafał Pasięka)**

Wstęp

Zapraszamy do zapoznania się z opracowaniem na temat dwóch popularnych form “rozciągniętych w czasie” płatności: kredytu ratalnego i płatności odroczonech.

Kredyty konsumenckie są dobrze znane, usankcjonowane prawnie od ponad 20 lat¹. Płatności odroczone przebojem zdobywają polski rynek od 2013 roku.

- Jak będzie kształtował się rynek?
- Czy jeden typ płatność wyprze drugi?
- Jakie zagrożenia niesie za sobą ograniczone spektrum danych zbieranych do udzielenia finansowania w ramach BNPL?
- Wreszcie, jaka jest specyfika rat oraz BNPL oraz na którą z nich chętniej decydują się Polacy u progu 2024 roku?

Aby odpowiedzieć na te pytania, głos oddajemy czołowym ekspertom z różnych branż, jak również danym statystycznym.

Metodologia

Raport podzielono na trzy części:

Pierwszą stanowią dane statystyczne uzyskane na podstawie badania konsumenckiego przeprowadzonego na próbie 1067 respondentów w dniach 9-12 listopada 2023 poprzez ankietę w panelu SurvGo firmy badawczej Biostat.

Części **druga** i **trzecia** opierają się na danych własnych - odpowiednio: bramki płatniczej Comfino, bazujących na wszystkich transakcjach w pierwszym półroczu 2023 roku, oraz platformy BNPL Twisto za okres 1 stycznia - 31 lipca 2023.

¹ Najnowsze rozporządzenie z 2023 roku ([Dz.U. 2023 poz. 1028](#)), wcześniej ustawy z 2011 i 2001 roku.



Zapraszamy do dyskusji

Co sądzisz o tym raporcie? Daj znać na LinkedIn i podziel się swoją ekspercką wiedzą!

Oznacz profile [Comperia](#) i [Comfino](#) oraz ekspertów: [Danuty Czapeczko](#), [Tomasza Malskiego](#), [Eweliny Orzechowskiej](#), [Pawła Szukalskiego](#) i [Rafała Pasieki](#).

Użyj hashtagów:

#BNPL #raportcomfino #raportecommerce #płatnoscionline #ecommerce

Dla mediów

W przypadku cytowania fragmentów lub danych badania prosimy o podanie nazwy: **Raport Comfino „Płatności ratalne i odroczone w Polsce 2023/24” na podst. badania 1067 respondentów oraz danych własnych**

Media online prosimy o linkowanie do strony:

<https://www.comfino.pl/raport-platnosci-ratalne-i-odroczone-2024>

Jeśli chcesz uzyskać więcej szczegółów
lub surowe dane, prosimy o kontakt:



maria@profeina.pl



michal@profeina.pl

Profeina



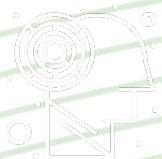
O Comfino

Badanie oraz raport powstały na zlecenie [Comfino](#). To rozwiązanie płatnicze dla ecommerce oraz punktów stacjonarnych uruchomione w 2021 roku. Dopasowuje do potrzeb zakupowych użytkownika najbardziej odpowiednie metody zapłaty za produkt lub usługę w sklepie internetowym i stacjonarnym: płatność odroczoną, raty czy kredyt. Umożliwia również płatność Blikiem.

Comfino jest częścią **Grupy Comperia.pl SA**. To działający od 2007 roku fintech, którego misją jest dostarczanie dopasowanych rozwiązań finansowych i ubezpieczeniowych. Od 2011 roku spółka notowana jest na warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych. Laureat licznych prestiżowych nagród, w tym Deloitte Technology Fast 50.

W skład Grupy wchodzi kilka serwisów i produktów, w tym Comperia.pl, ComperiaRaty, Comfino, Comperia Ubezpieczenia, Compero.pl, ComperiaLead oraz Telepolis.pl.





Zobacz wnioski teraz,
przeczytaj raport później





Prawie wszyscy znają

9/10 Polaków słyszało o płatnościach odroczonych.



Kobiety rządzą w płatnościach

Najczęściej na raty kupują kobiety, osoby w wieku 25-34 lat oraz mieszkańcy miast. Podobnie jest w przypadku płatności odroczonych, gdzie dysproporcja między kobietami a mężczyznami jest przygniatająca (ok. 84% vs. 16%).



Inne nisze

Płatności ratalne są najpopularniejsze w przypadku produktów z kategorii Zdrowie i Uroda, zaś płatności BNPL w branży modowej.



Droższe produkty = raty

Średnia wartość kredytu w przypadku płatności ratalnych jest najwyższa dla zakupów z kategorii Firma i Usługi i wynosi ponad 8 000 zł, podczas gdy średnia wartość kredytu płatności ratalnych ogółem jest o ponad połowę niższa (3 706 zł).



Tańsze produkty = BNPL

W przypadku płatności odroczonych, średnia wartość koszyka jest największa dla produktów z kategorii Moda. Średnia wartość zakupów jest jednak znacznie niższa dla płatności odroczonych niż dla płatności ratalnych i kształtuje się na poziomie 204 zł.



Mobile first

Trzy czwarte osób wybierających płatności ratalne online robi to za pośrednictwem smartfona, a nie komputera. Podobnie jest w przypadku osób wybierających płatność odroczoną - mobile przeważa zdecydowanie nad desktopem (67% vs. 32%).

Przyszłość płatności w ecommerce i nie tylko

Paweł Szukalski

Członek Zarządu Comperia.pl SA

[LinkedIn](#)



Brak odpowiedniej formy płatności to jeden z najczęstszych powodów rezygnacji z zakupów, dlatego temat jest tak ważny i postanowiliśmy się mu przyjrzeć. Wyniki naszego Raportu wskazują, że na rynku jest miejsce dla wszystkich graczy i form płatności. Choć w 2024 roku **szybka płatność** (przelewy) i **płatność przy odbiorze nadal będą najpopularniejsze**, to udział płatności BNPL będzie rósł, w dodatku **nie tylko w ecommerce, ale też w sklepach stacjonarnych**. Klienci cenią sobie taką formę płatności ze względu na szybkość procesu oraz brak nadmiernych formalności.

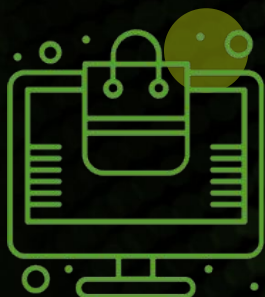
Tak, jak dotychczas, zakupy na raty będą cieszyć się popularnością w kategoriach, w których koszyk zakupowy jest większy, np. elektronika czy meble. Utrzyma się atrakcyjność zakupów na **raty 0%**, co jest swoistą **“ucieczką” od wpływu inflacji na rosnące ceny produktów**.

Warto pamiętać, że nadal więcej klientów kupuje **stacjonarnie** - w najbliższym czasie to się nie zmieni. A sklepy tradycyjne, nauczone doświadczeniami tych online, chętniej **zaimplementują płatności odroczone i ratalne**.

Taką możliwość daje sklepom stacjonarnym i e-sklepom Comfino: w zasadzie natychmiast, bez żadnych dodatkowych ingerencji ze strony działów IT. Misja naszej firmy wydaje się więc aktualna i istotna.



1. Polacy o płatnościach ratałnych i BNPL

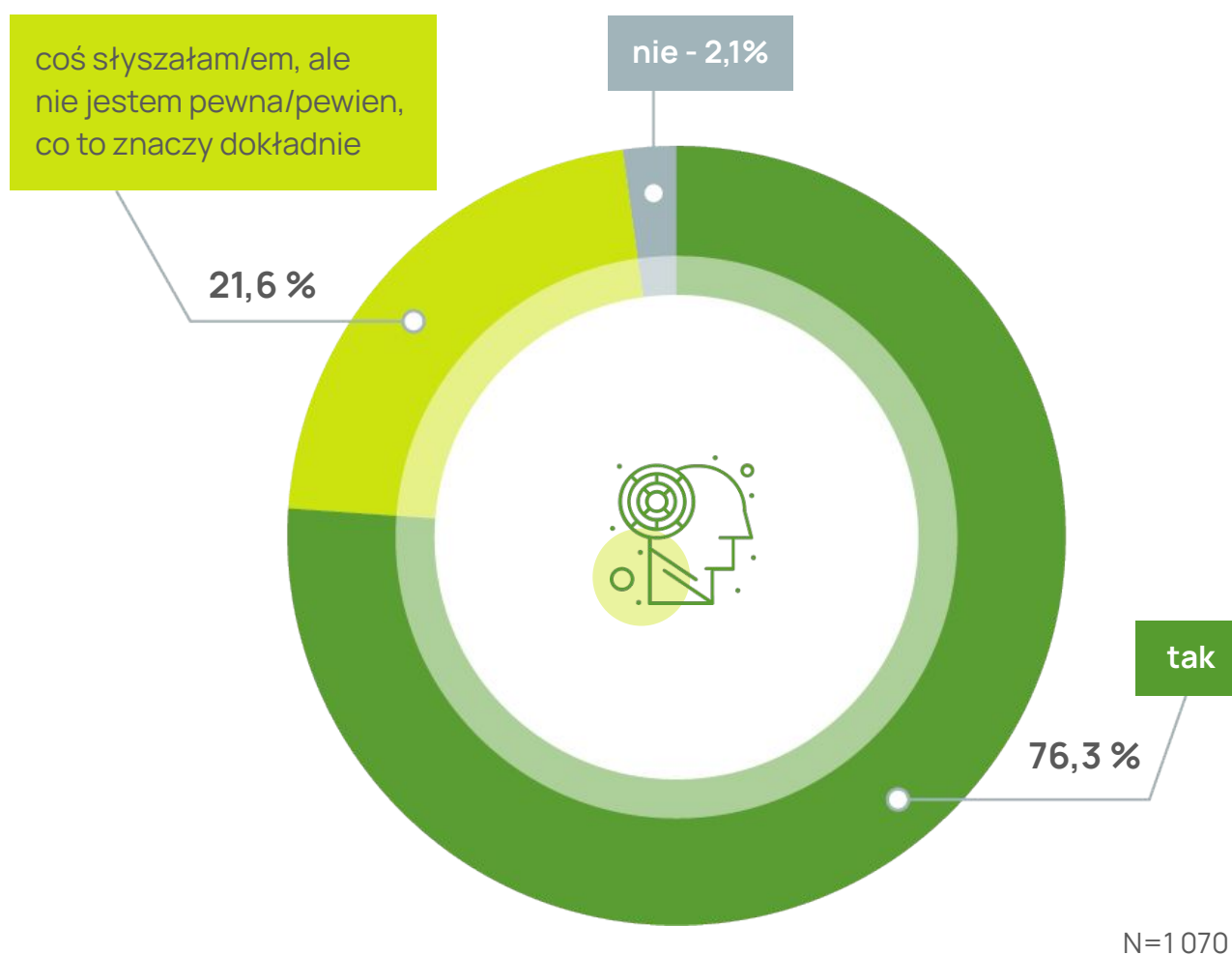


1. Polacy o płatnościach ratałnych i BNPL

Pomimo względnie krótkiej obecności na polskim rynku płatności odroczonej, respondenci badania w przytłaczającej większości wiedzą, czym jest ta metoda, lub przynajmniej o niej słyszeli. Wydaje się zatem, że firmy oferujące BNPL odrobiły lekcję ze skutecznego promowania swoich usług na rynku.

Czy wiesz, czym są płatności odroczone?

(znane również jako Kup teraz, zapłać później, BNPL, Buy Now Pay Later)

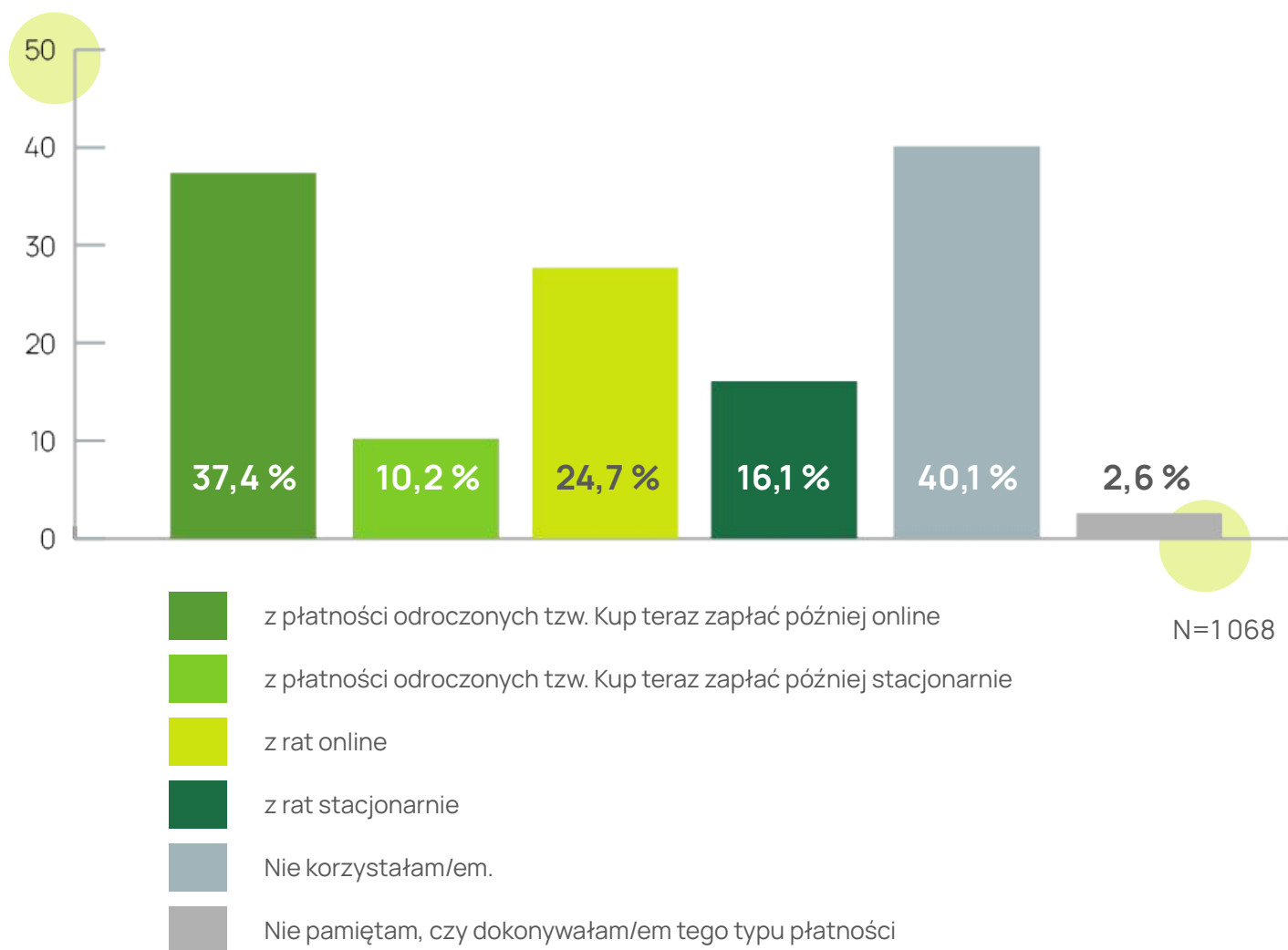


Popularność rat - obecnych wśród konsumentów praktycznie "od zawsze" - jest tak duża, że w tym badaniu nie pytano o ich rozpoznawalność.

Znają, ale czy kupują?

Wyniki wskazują, że Polacy nie tylko są teoretykami, ale też korzystają z instrumentów opóźniających zapłatę za produkt. Skorzystała z tego ponad połowa badanych. **W ciągu ostatnich 12 miesięcy respondenci skorzystali z następujących metod płatności:**

Zaznacz, jeśli korzystałaś/eś z podanych metod płatności online i stacjonarnie w ciągu ostatnich 12 miesięcy.



W ciągu ostatnich 12 miesięcy niemal połowa ankietowanych, bo 48%, skorzystała na zakupach z BNPL, a 44% wzięło zakupy na raty. W znacznej większości metody te sfinansowały zakupy w internecie.

Oznaczałoby to, że **liczba użytkowników płatności ratalnych i odroczonech** w ciągu ostatnich 12 miesięcy praktycznie **się zrównała**. Inaczej jest oczywiście jeśli chodzi np. o kwotę udzielonych zobowiązań.

To daleko idący wniosek i aby go potwierdzić, należałoby ponowić badania i sprawdzić rezultaty, niemniej jednak **trudno nie odnotować rosnącej popularności BNPL. Temu trendowi należy się bacznie przyglądać.**

Dlaczego raty, a dlaczego BNPL?

Wśród respondentów, którzy w ostatnim roku kupili coś poprzez płatności odroczone lub ratalne, podium prezentuje się podobnie:



Najpopularniejszym powodem - wśród tych obecnych w obu przypadkach - jest **brak wystarczających środków** na zakup. Wskazało tak prawie 4 na 10 konsumentów.

Na drugim miejscu uplasowała się **możliwość zapłacenia dopiero po otrzymaniu i sprawdzeniu produktu**. Co naturalne, popularniejsza w przypadku BNPL.

Na miejscu trzecim, niemalże ex aequo, należałoby uplasować odpowiedzi "to szybki, łatwy i wygodny sposób płatności w porównaniu do alternatywnych metod", jak również "mogłam/em wydać więcej niż planowałam/em i kupić więcej produktów".

Największa różnica, bo o niemalże 15 punktów procentowych, widoczna jest w odpowiedzi "mogłam/em wydać więcej niż planowałam/em i kupić droższy produkt", co nie powinno dziwić, gdyż - jak dowiadujemy się z dalszych części badania - płatność odroczone stosowana jest najczęściej w przypadku najtańszych płatności - poniżej 250 zł.

Dlaczego zdecydowałeś/aś się na skorzystanie z:	płatności odroczonej	rat
brakowało mi wystarczających środków na dany zakup	38,2	37,1
aby zapłacić dopiero po otrzymaniu i sprawdzeniu produktu	31,5	19
to szybki, łatwy i wygodny sposób płatności w porównaniu do alternatywnych metod	19,8	16,7
mogłam/em wydać więcej niż planowałam/em i kupić więcej produktów	17,8	17,6
mogłam/em wydać więcej niż planowałam/em i kupić droższy produkt	2,3	17
chciałam/em uniknąć odsetek związanych z płatnością za pomocą karty kredytowej	9,7	8,6
ta opcja była tańsza niż inne dostępne	6,6	6,1
zostałam/em namówiony przez konsultanta/sprzedawcę	3,3	2,8
aby rozbić płatność na kilka mniejszych, żeby nie obciążać jednorazowo budżetu	*	46,6
chciałam/em mieć więcej czasu na podjęcie decyzji zakupowej	13,7	*
kupuję rzeczy w różnych sklepach, żeby później wybrać jeden produkt, a resztę odesłać. Nie chciałam/em płacić za nie wszystkie od razu, żeby nie mrozić gotówki	19,8	*

N=642

Odpowiedzi w %, nie sumują się do 100, gdyż respondenci mogli wybrać więcej niż jedną opcję.

* Pytanie widoczne tylko w jednej z kategorii.

Odpowiedź otwarta "inny powód - jaki?" stanowiła w obydwu kategoriach mniej niż 1% odpowiedzi. Wśród nich znalazły się takie, jak nagrody pieniężne za skorzystanie z płatności BNPL, jak również zerowe oprocentowanie i budowanie historii kredytowej w przypadku rat.

🔄 Szybko kupują, jeszcze szybciej oddają?

Nie da się ukryć, że płatność odroczonej stosowana jest często jako nieobarczona ryzykiem finansowym forma przymierzenia bądź sprawdzenia produktu.

Wśród użytkowników w ostatnim roku BNPL,

- co piąty respondent przyznał, że **kupuje ten sam lub zbliżony produkt w różnych sklepach, żeby później wybrać jeden, a resztę odesłać**. Dzięki temu z własnej kieszeni nie płaci za nie wszystkie od razu, aby **nie mrozić gotówki**.
- Co trzeci przyznaje natomiast, że wykorzystuje płatność odroczonej, aby zapłacić dopiero po otrzymaniu i sprawdzeniu produktu.

Co wygodne dla konsumentów, spędza sen z powiek prowadzącym sklepy internetowe. Zazwyczaj muszą oni przecież ponieść koszty logistyczne (wysyłki i kuriera, powrotu na magazyn, sprawdzenia zwróconego produktu).

Z drugiej strony znacznie zwiększają wolumen sprzedaży i pozyskują nowy segment klientów. Korzystające z BNPL sklepy nie muszą też księgować i przelewać środków za zwrócone zakupy - co było nie lada zmorą, szczególnie w przypadku sklepów z odzieżą.

Popularność wdrażania zapłaty później w koszykach sugeruje jednak, że jest to ryzyko, które opłaca się sklepom.



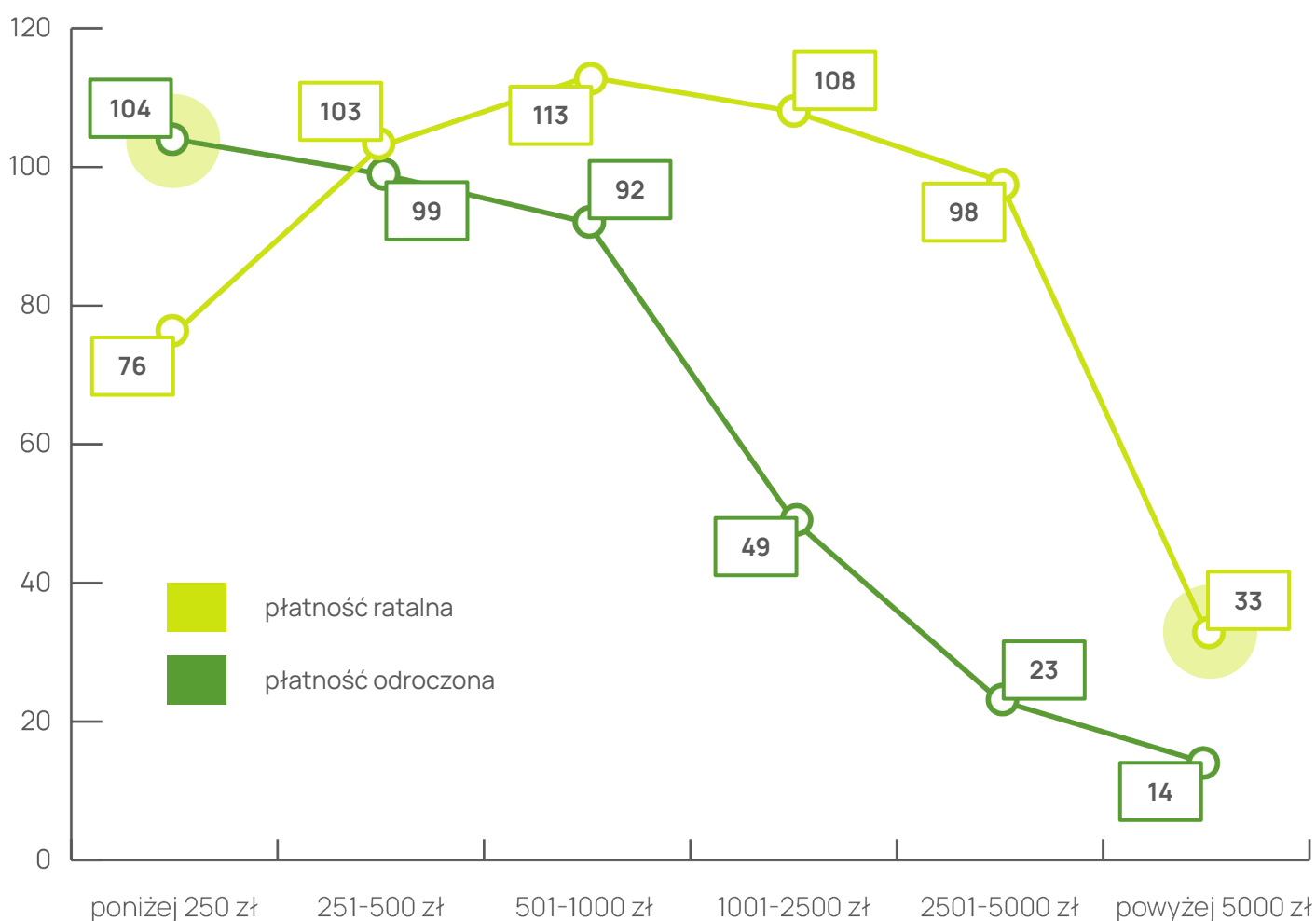
🌀 Płatność ratalna = droższy koszyk zakupowy

W zestawieniu płatności ratalnych z odroczonymi wyraźnie widać, że ratalne wybierane są częściej **w większości kategorii cenowych**.

Wyjątek jest jeden: produkty kosztujące poniżej 250 zł. Już w kolejnej kategorii (201-500 zł) respondenci częściej, choć tylko o kilka wskazań, deklarowali płatność ratalną. Dalej te różnice już tylko rosną.

Wskazuje to na atrakcyjność BNPL wśród konkretnej kategorii produktów - tych najtańszych.

Ile kosztował produkt lub usługa, którą ostatnio zakupiłaś/eś korzystając z płatności odroczonej / ratalnych?



N=596 (płatność ratalna), N=425 (płatność odroczone)
Dane liczbowe, nie procentowe

Jeszcze raty nie zginęły

Mateusz Stach

*Dyrektor ds. Sprzedaży i Relacji z Klientami Kluczowymi
Santander Consumer Bank*



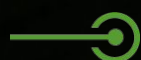
Patrząc na szeroko rozumiany rynek sprzedaży ratalnej, w którym uczestniczę jako klient, ale także jako pracownik banku z ponad dwudziestoletnim stażem, widzę jak dynamicznie się on zmienia.

Modele i nowe trendy zakupowe naszych klientów mocno przekładają się na oferowane przez banki i instytucje finansowe produkty. Jednak pomimo zmian technologicznych czy dystrybucyjnych nowych rozwiązań, **sprzedaż ratalna w różnych formach, realizowana za pomocą odmiennych narzędzi, zostanie z nami jeszcze przez długie lata** jako wygodna, szybka i niewymagająca dużego zaangażowania klienta forma zakupów.

Widzimy nowe trendy na rynku powszechnie znanym jako „sprzedaż ratalna”. Z roku na rok coraz więcej klientów Santander Consumer Banku wybiera e-raty podczas zakupów online, częściowo rezygnując z oferowanych produktów w sklepach stacjonarnych. Zauważają to także współpracujący z nami partnerzy handlowi i intensywnie rozwijają kanały e-commerce.

Z naszych danych wynika, że zmienia się również urządzenie, za pośrednictwem którego kupujemy i zawieramy umowy kredytowe w Internecie. Nie jest to już komputer stacjonarny czy przenośny, obecnie w przeważającej większości korzystamy ze smartfona.

W ślad za powyższymi zmianami w Santander Consumer Banku w ostatnich latach wypracowaliśmy nowe produkty finansowe o cechach zbliżonych do znanej powszechnie sprzedaży ratalnej, ale bardziej dopasowane do obecnych potrzeb zakupowych. Przykładem takiego rozwiązania jest kredyt celowy, który umożliwia sfinansowanie jednym kredytem zakupów zrealizowanych w wielu e-sklepach. Nieustannie poszukujemy również nowych kanałów docierania do klientów. W 2022 roku, wspólnie z Comperią, zaproponowaliśmy merchantom produkty online'owe, które umożliwiają realizację zakupów w sieci przy wykorzystaniu rozwiązań potocznie nazywanych „ratami”.



2. Płatności ratałne



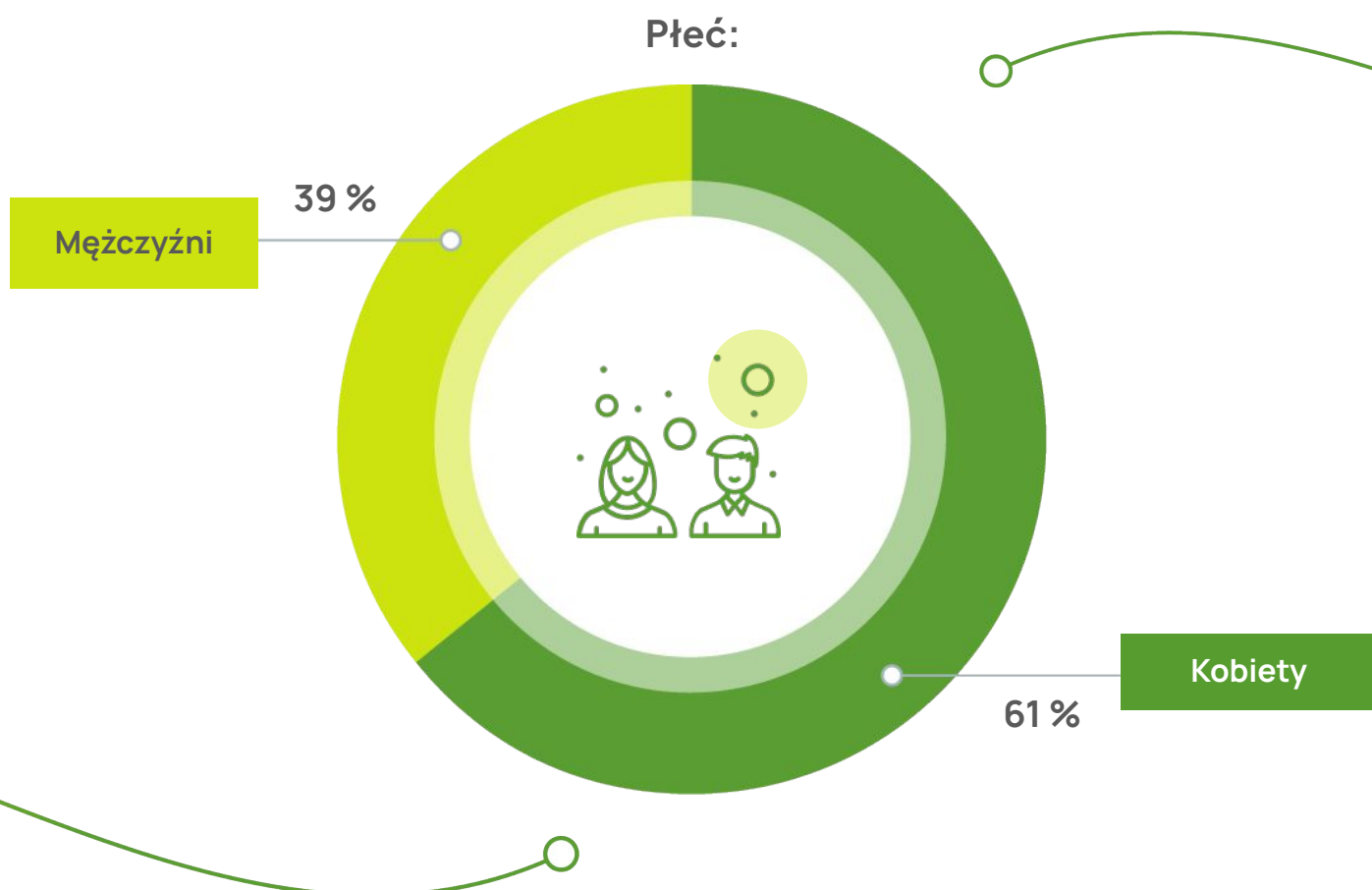
2. Płatności ratałne

Skoro kredyt konsumencki, powszechnie znany jako raty, wciąż w większości kategorii zakupowych ma się dobrze, jeśli nie najlepiej, nie należy go wykluczać przy analizie płatności dostępnych w polskich e-sklepach. Poniższa część raportu bazuje na danych własnych Comfino na podstawie transakcji tej popularnej bramki płatniczej w pierwszym półroczu 2023 roku.

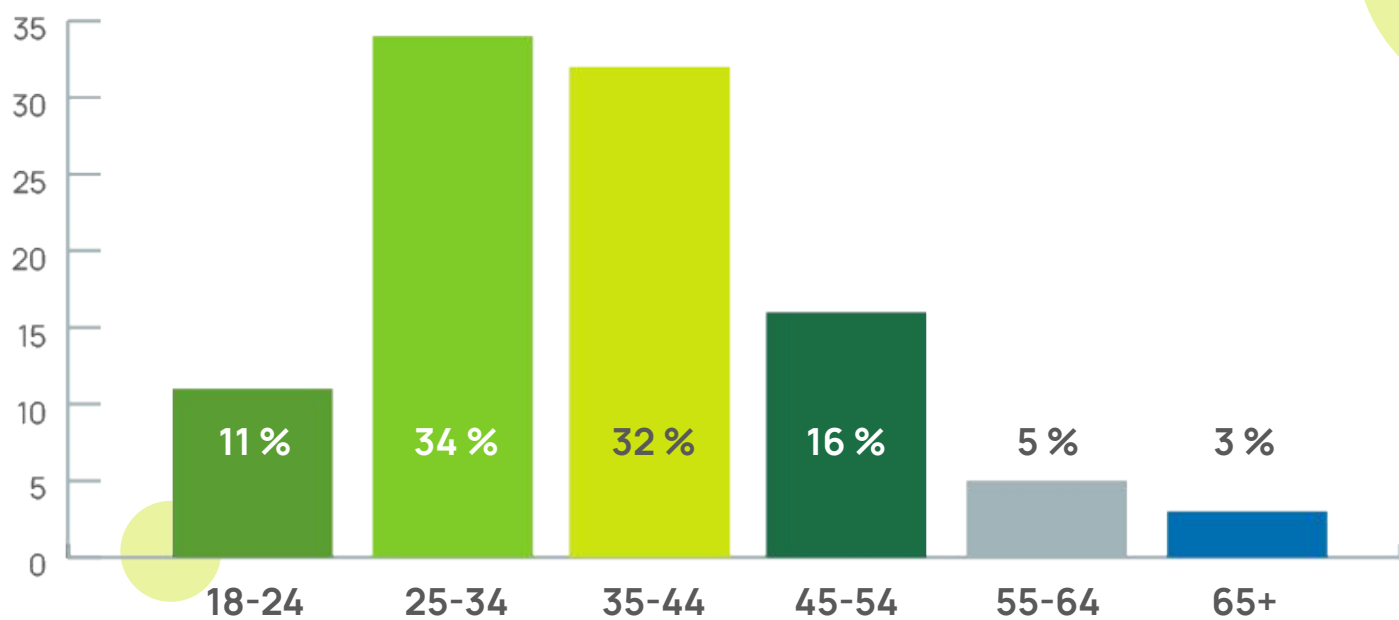
Kto kupuje na raty?

Z danych zebranych przez Comfino wynika, że z płatności ratałnych w e-sklepach i sklepach korzystają głównie:

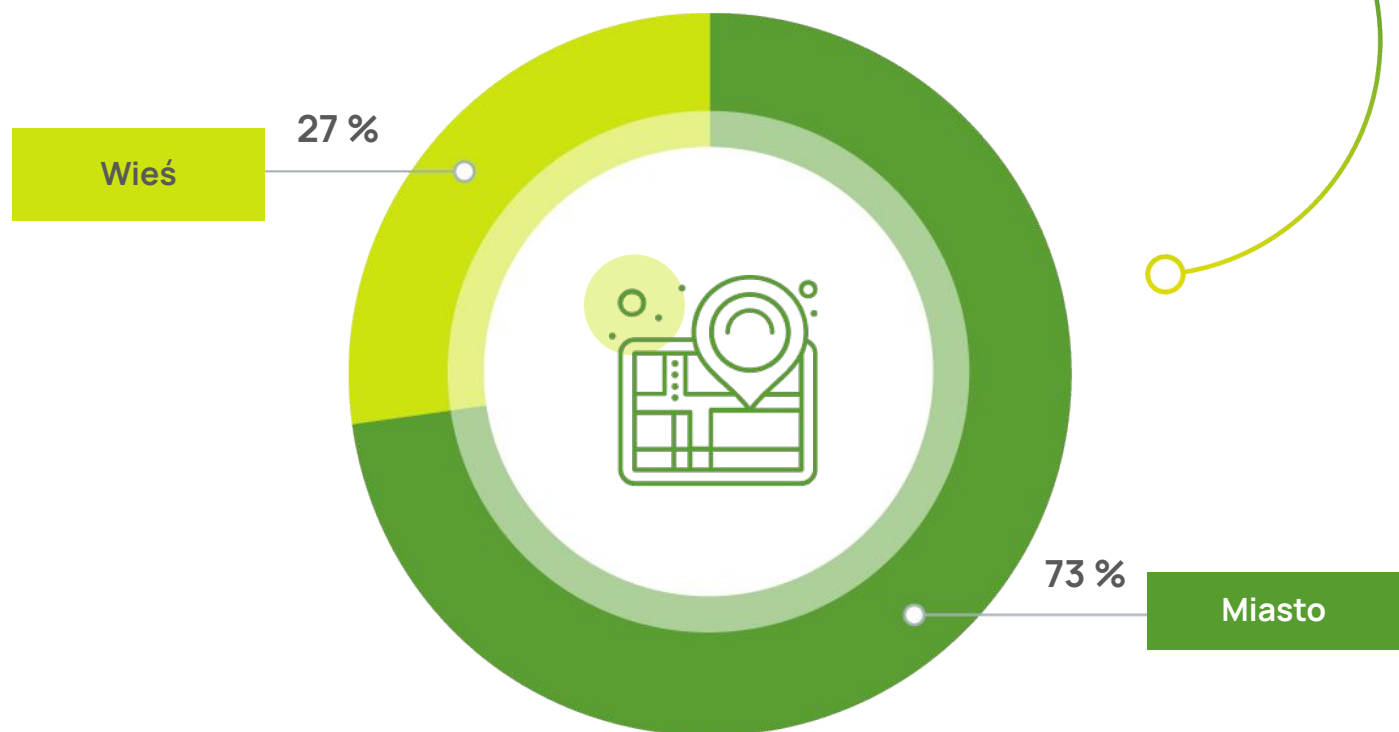
- kobiety (61%)
- osoby w wieku 25–34 lat (34%)
- mieszkańcy miast (73%) i miejscowości poniżej 10 tys. (36%)



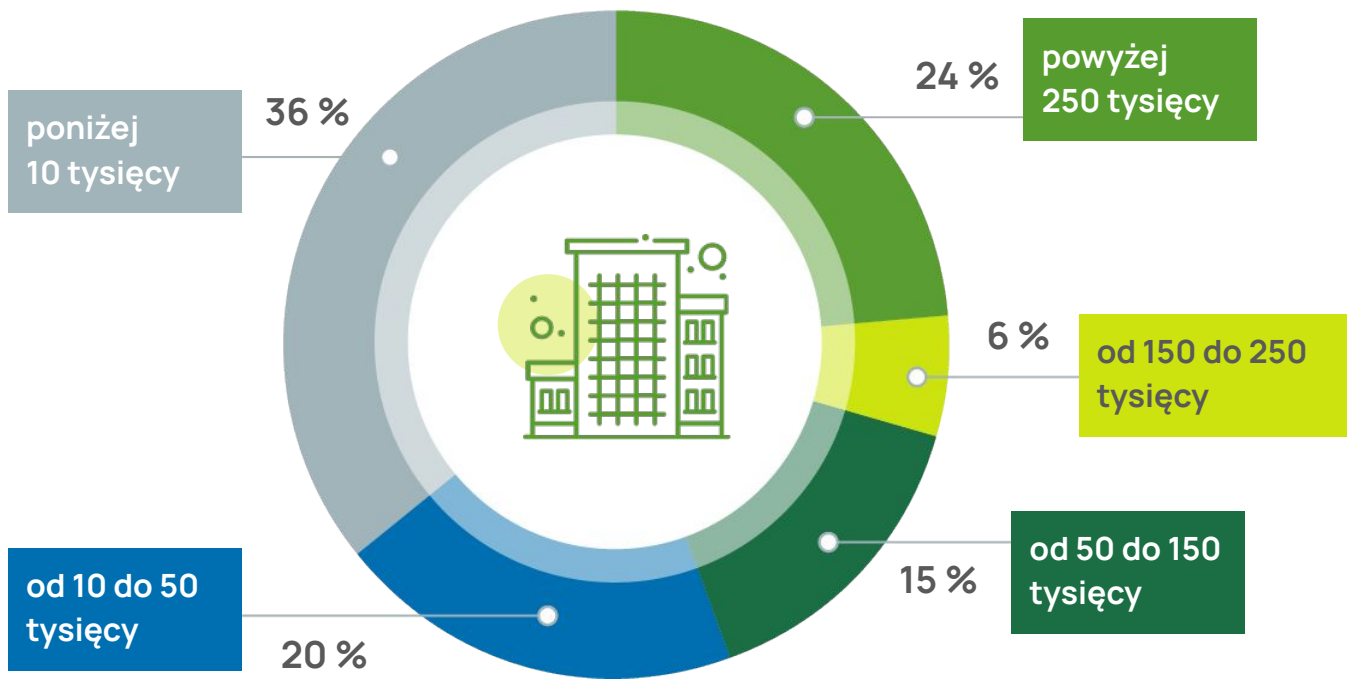
Wiek:



Miejsce zamieszkania:

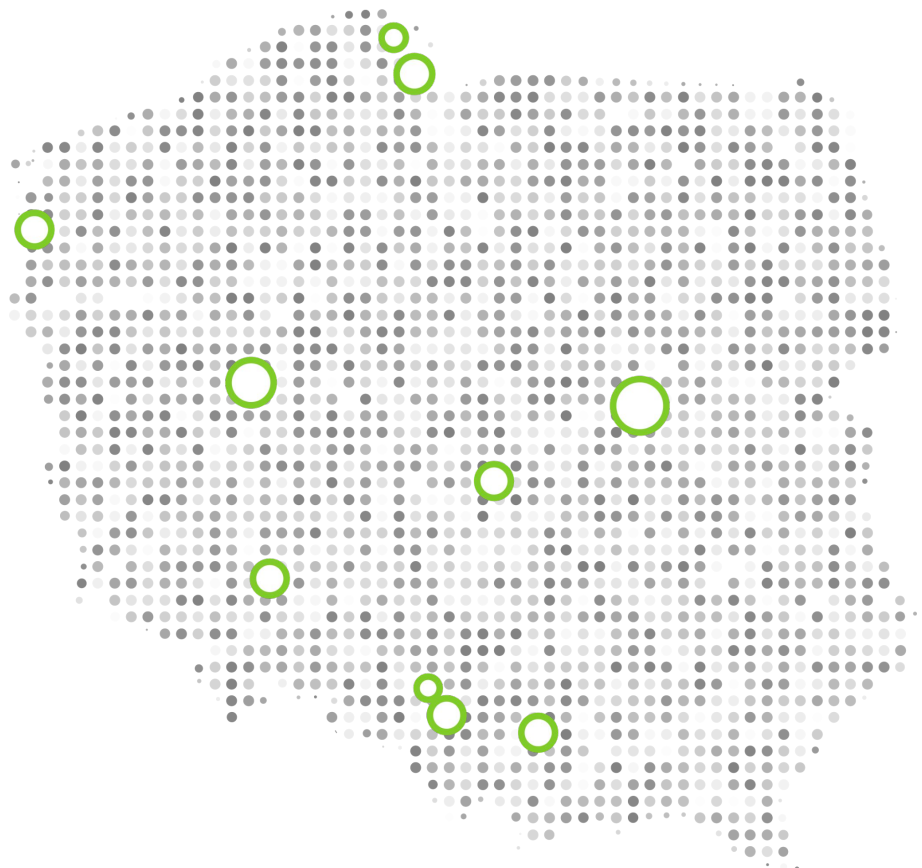


Wielkość miejscowości:



Miasta, w których najczęściej korzysta się z płatności ratalnych:

- Warszawa
- Poznań
- Gdańsk
- Wrocław
- Kraków
- Szczecin
- Łódź
- Katowice
- Gdynia
- Bytom



Co Polacy najczęściej kupują na raty?

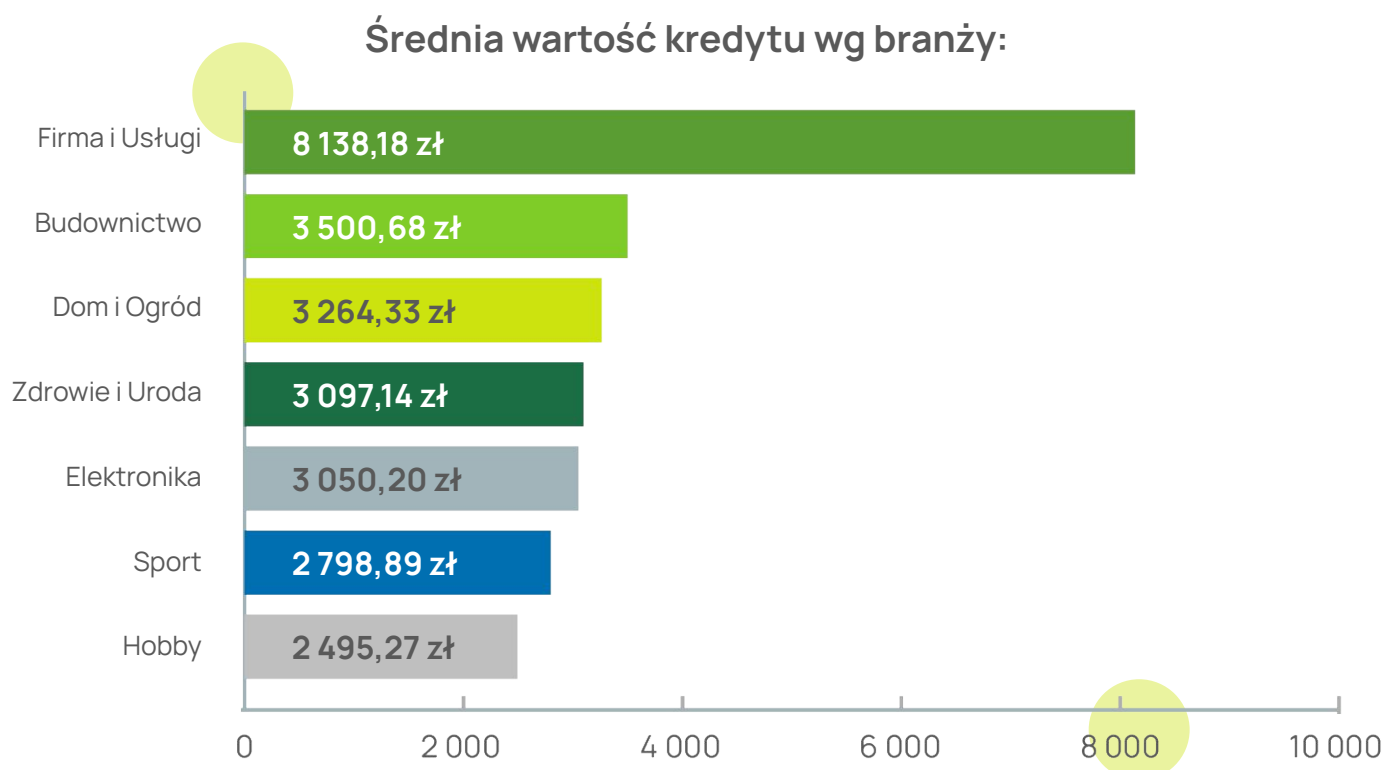
Średnia wartość zakupów na raty wynosi 3706,47 zł.

Płatność najczęściej rozkładana jest na 10 rat.

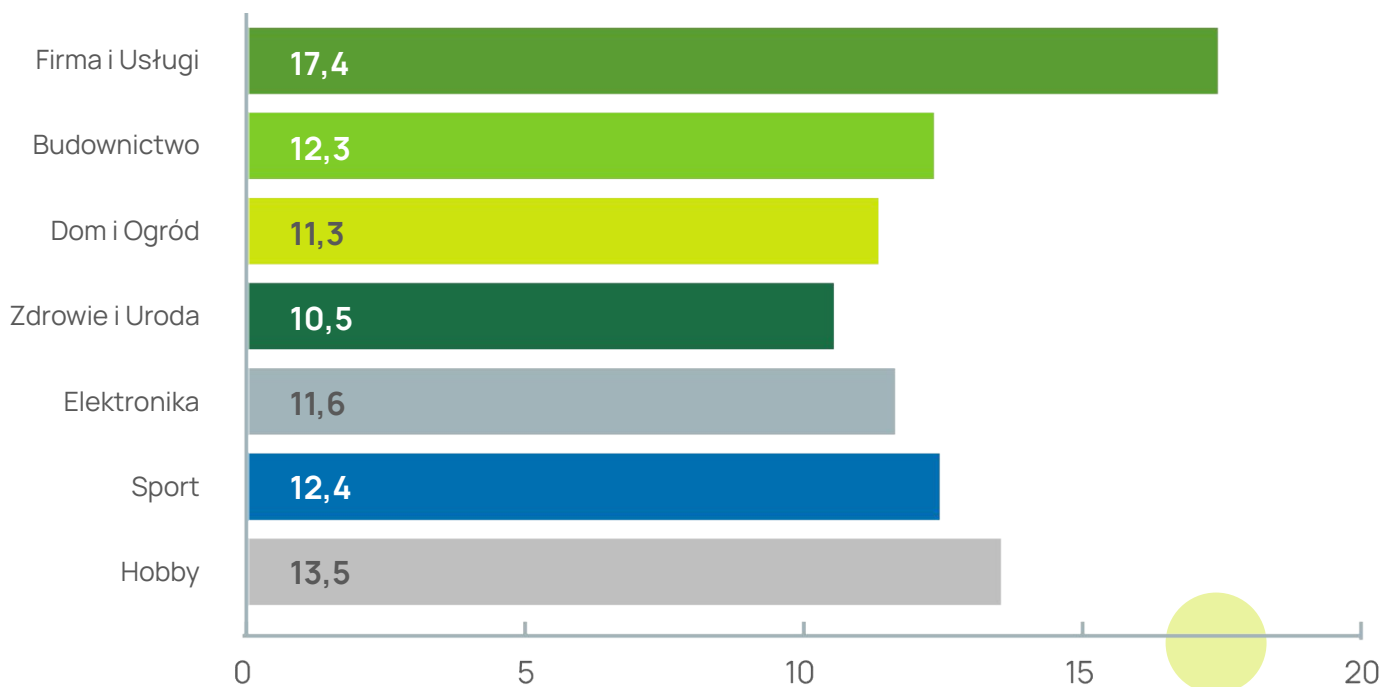
Płatności ratalne są najczęściej wykorzystywane przy zakupie produktów z kategorii **Zdrowie i Uroda**. Na podium branż, w których zakupy na raty cieszą się największą popularnością, znajdują się również **Dom i Ogród** oraz **Elektronika**, co wynika najprawdopodobniej z wysokich cen produktów z tych kategorii. Średnia wartość kredytu jest największa dla kategorii **Firma i Usługi** i wynosi ponad 8 000 zł. Co za tym idzie, płatność za zakupy z tej kategorii rozkładana jest na największą liczbę rat - średnio aż 17.

Im większa wartość kredytu, tym więcej rat? Nie zawsze.

Widać to chociażby na przykładzie branż Dom i Ogród oraz Hobby. Chociaż wartość kredytu jest z reguły wyższa dla tej pierwszej kategorii i średnio wynosi ponad 3 200 zł, podczas gdy dla kategorii Hobby jest ona niższa o ponad 700 zł, płatność za zakupy dla produktów z branży Hobby rozkłada się średnio na więcej rat niż za produkty z branży Dom i Ogród (13,5 vs. 11).



Średnia liczba rat wg branży:



Jakie raty wybierają kupujący?

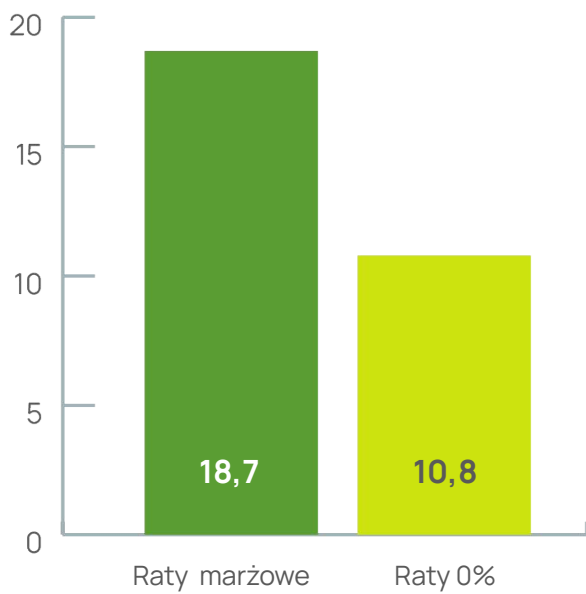
Klienci, decydując się na płatność ratalną, mają zwykle do wyboru raty 0% i raty marżowe.

Według danych Comfino, **w przypadku rat marżowych płatność rozkładana jest z reguły na więcej rat niż w przypadku rat 0%.**

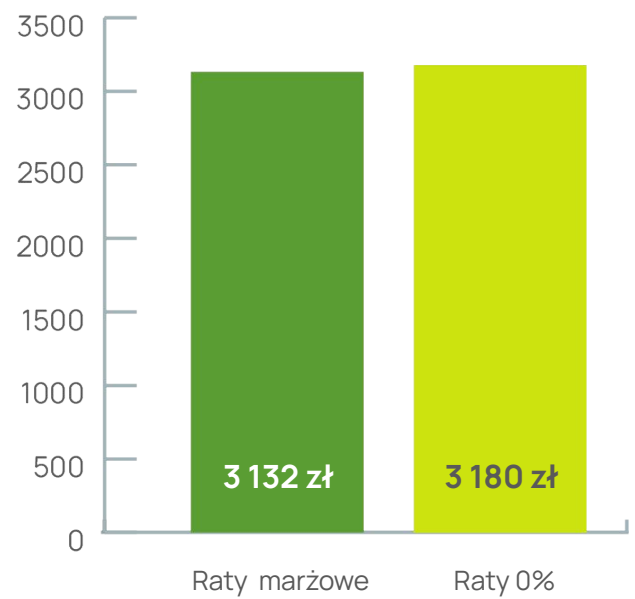
Średnia wartość kredytu jest jednak zbliżona.



Średnia ilość rat
w zależności od rodzaju rat



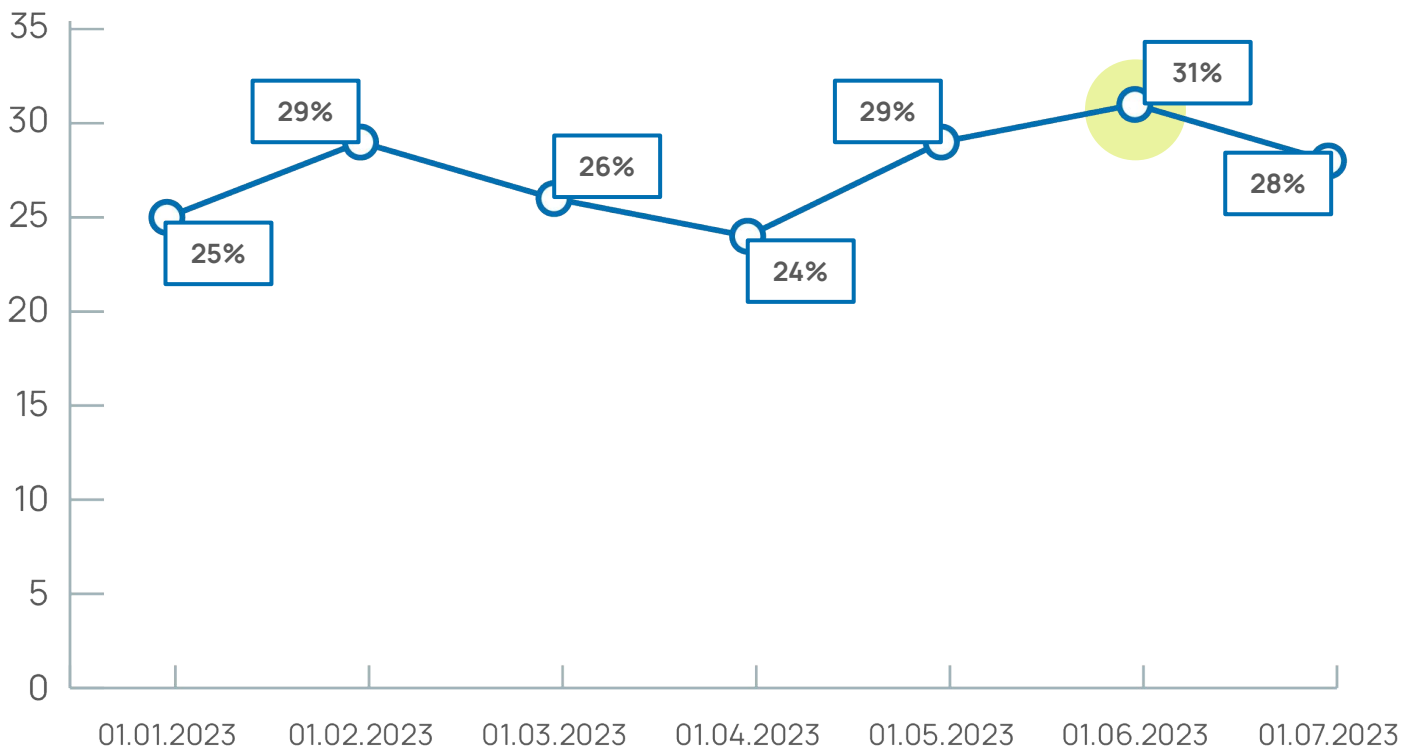
Średnia wartość kredytu
w zależności od rodzaju rat



Mobilne raty, czyli jak konsumenci dokonują zakupów?

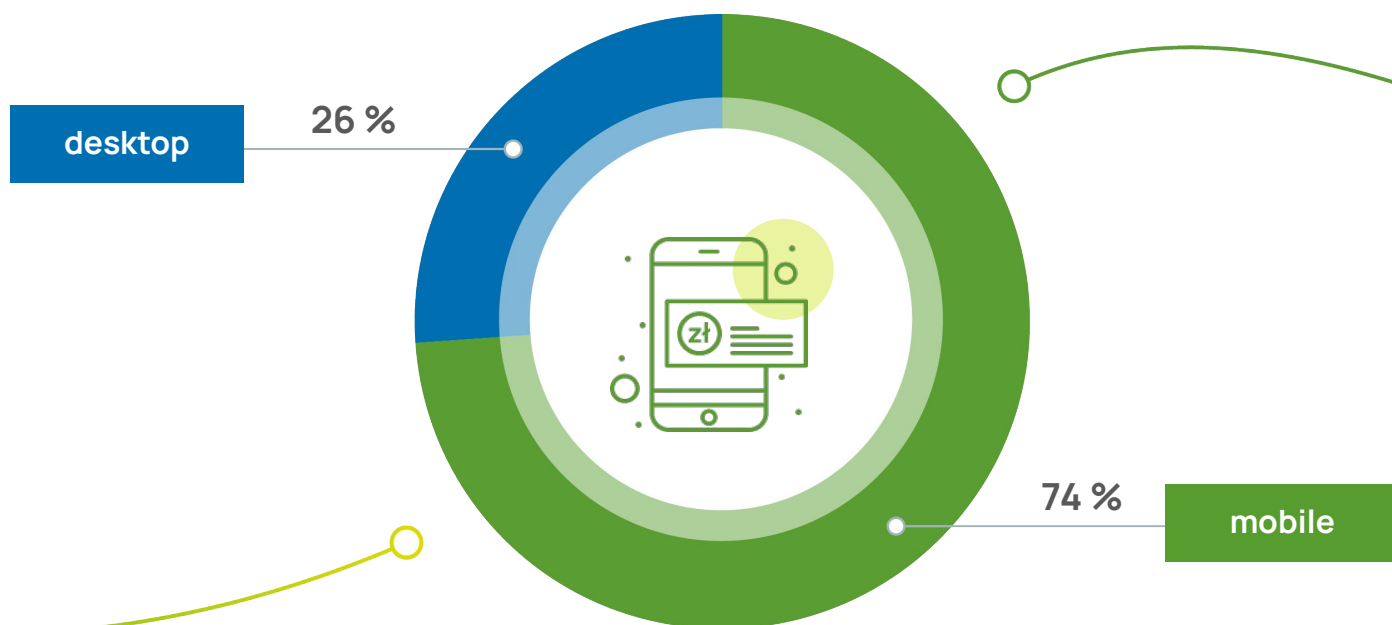
Zakupy, dla których wybierana jest płatność ratalna, odbywają się w większości **online** (poprzez smartfon lub komputer). Udział punktów stacjonarnych w sprzedaży ratalnej utrzymuje się w 2023 r. na poziomie ok. 30%.

Udział punktów stacjonarnych - POS



Jeśli chodzi o sprzedaż ratalną w internecie, smartfony mają znaczną przewagę nad tradycyjnymi komputerami (desktopem) - trzy czwarte kupujących na raty dokonuje zakupu poprzez smartfona. Jedynie co czwarty konsument decyduje się na płatność ratalną dokonując zakupów za pośrednictwem komputera.

Urządzenia, za pomocą których dokonywane są zakupy na raty online



M-commerce stawia wyzwania

Tomasz Malski

Szef grupy merytorycznej Mobile Commerce
Izba Gospodarki Elektronicznej

[LinkedIn](#)



Kanał m-commerce, czyli zakupy za pośrednictwem urządzeń mobilnych, dynamicznie rozwija się w ramach e-commerce. W tegorocznym raporcie e-Izby "Omni-commerce. Kupuję wygodnie 2023", zauważamy dalszy wzrost trendu związanego z korzystaniem z urządzeń mobilnych. **Aż 2/3 respondentów deklaruje, że dokonuje zakupów za pomocą smartfona, a ogółem 80% badanych używa go do różnych czynności związanych z zakupami.** Warto zauważyć, że zasada "mobile first" powinna być uznawana za obowiązującą nie tylko w e-commerce, ale również we wszystkich branżach handlowych. Ten wzrost wynika głównie z rosnącej popularności smartfonów i tabletów, które zawsze są dostępne, umożliwiając dokonywanie zakupów w dowolnym miejscu i czasie. Kanał m-commerce staje się szczególnie dominujący w przypadku płatności odroczonej i BNPL. W 2023 roku aż 67% osób wybierających płatności odroczone skorzystało ze smartfona, zamiast tradycyjnego komputera.

Rozwój m-commerce stawia przed e-sklepami nowe wyzwania. Konieczne jest zapewnienie klientom wygody i bezpieczeństwa podczas zakupów na urządzeniach mobilnych. Klienci oczekują także spójności w doświadczeniu zakupowym, niezależnie od wybranego kanału sprzedaży. W nadchodzących latach sklepy będą coraz bardziej integrować swoje kanały sprzedaży, umożliwiając klientom odbiór zamówień w sklepach stacjonarnych, zwroty produktów w dowolnym kanale i zakupy w sklepach stacjonarnych przy użyciu urządzeń mobilnych, w tym płatności odroczonej.

Klienci oczekują elastyczności w poruszaniu się pomiędzy kanałami sprzedaży online i offline w różnych etapach procesu zakupowego. Na przykład, mogą sprawdzić produkt w domu, zdecydować się na płatność po otrzymaniu i sprawdzeniu produktu, a następnie zwrócić go w sklepie stacjonarnym. E-sklepy, które zdołają zaspokoić te oczekiwania i zapewnić klientom swobodę wyboru, zyskają większe szanse na sukces.



3. Płatności odroczone



3. Płatności odroczone

Płatności odroczone (BNPL, z ang. Buy Now Pay Later) przebojem zdobywają od ok. dziesięciu lat polski rynek. Poniższe dane pochodzą od jednego z partnerów Comfino - marki Twisto i prezentują dane za okres 1 stycznia-31 lipca 2023.

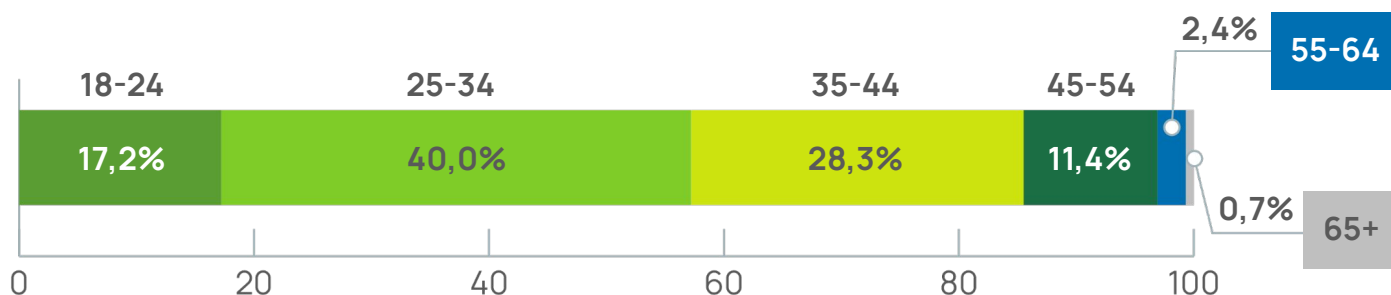
Kto wybiera płatności odroczone?

Podobnie, jak w przypadku płatności ratalnych, płatności odroczone **chętniej wybierają kobiety** (aż 84% kupujących!) i osoby w wieku **25-34 lat** (40%). Wśród przedstawicieli tej grupy wiekowej jest też najwięcej klientów, którzy wracają - dokonują zakupu finansowanego przez BNPL ponownie.

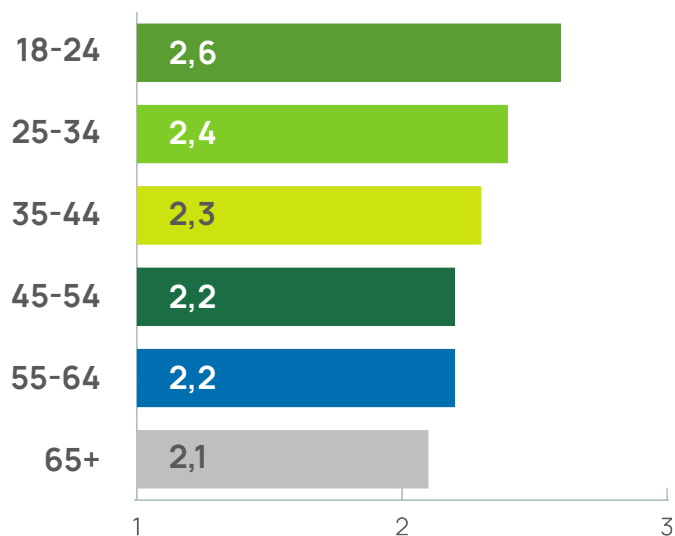
Na podstawie tych danych oraz innych raportów można przyjąć założenie, że klienci, którzy chociaż raz skorzystali z płatności odroczonej, nie tylko do niej wracają, ale też czynią jedną z głównych form płatności w przyszłości.

Młodszy dokonują zakupów częściej, ale na mniejsze kwoty (średnia wartość koszyka wynosi w ich przypadku mniej niż 200 zł, podczas gdy w starszych grupach wiekowych kwoty zakupów osiągają wyższe wartości). W podziale na płeć, kobiety zostawiają mężczyzn w tyle zarówno jeśli chodzi o kwoty transakcji, jak i procentowy udział osób dokonujących zakupów na raty.

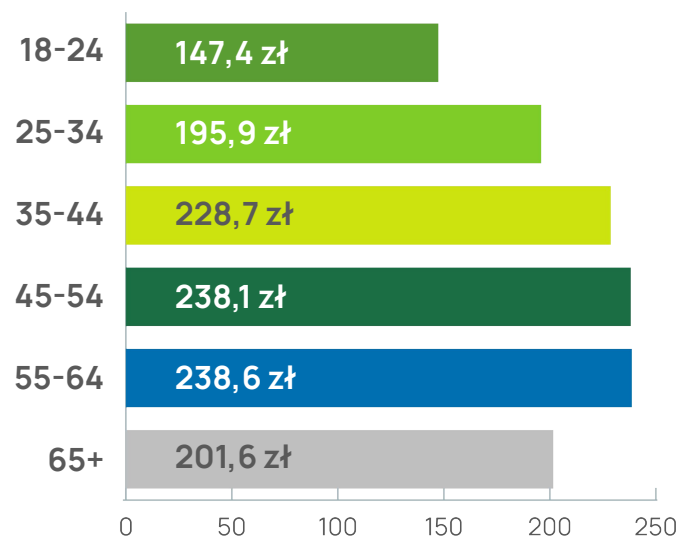
Udział poszczególnych grup wiekowych w ogóle osób dokonujących zakupów finansowanych przez BNPL



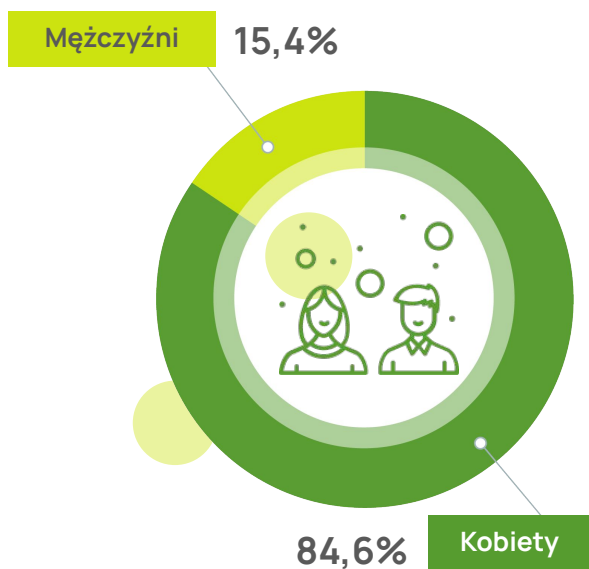
Średnia liczba zakupów* finansowanych przez BNPL wg wieku



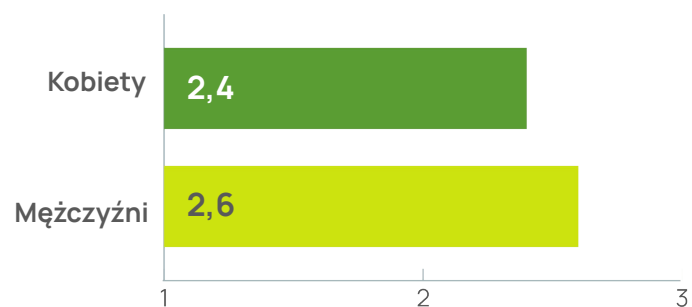
Średnia wartość koszyka dla poszczególnych grup wiekowych - płatności odroczone



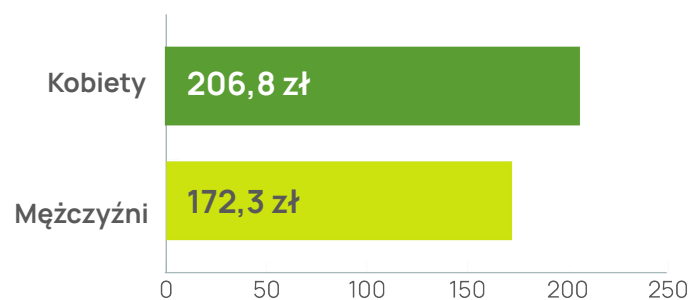
Udział procentowy w zakupach finansowanych przez BNPL wg płci



Średnia liczba zakupów* finansowanych przez BNPL wg płci



Średnia wartość koszyka dla zakupów finansowanych przez BNPL wg płci



* W trakcie przeprowadzenia badania: 1.01-31.07.2023

Miasta, w których najczęściej korzysta się z płatności odroczonej:

- Warszawa
- Wrocław
- Kraków
- Poznań
- Łódź
- Gdańsk
- Szczecin
- Lublin
- Bydgoszcz
- Katowice



Płatności odroczone na dobre zadomowiły się wśród kupujących, stając się powszechnie rozpoznawalną metodą płatności w polskim e-commerce. Konsumenci aktywnie poszukują okazji, a także wykazują preferencje co do zakupów w sklepach oferujących płatności odroczone.

Aż 40% kupujących to osoby młode w wieku 25-34 lat, mieszkańcy dużych aglomeracji miejskich.

Ewelina Orzechowska
Country Manager Twisto Polska

Jakie kategorie najpopularniejsze?

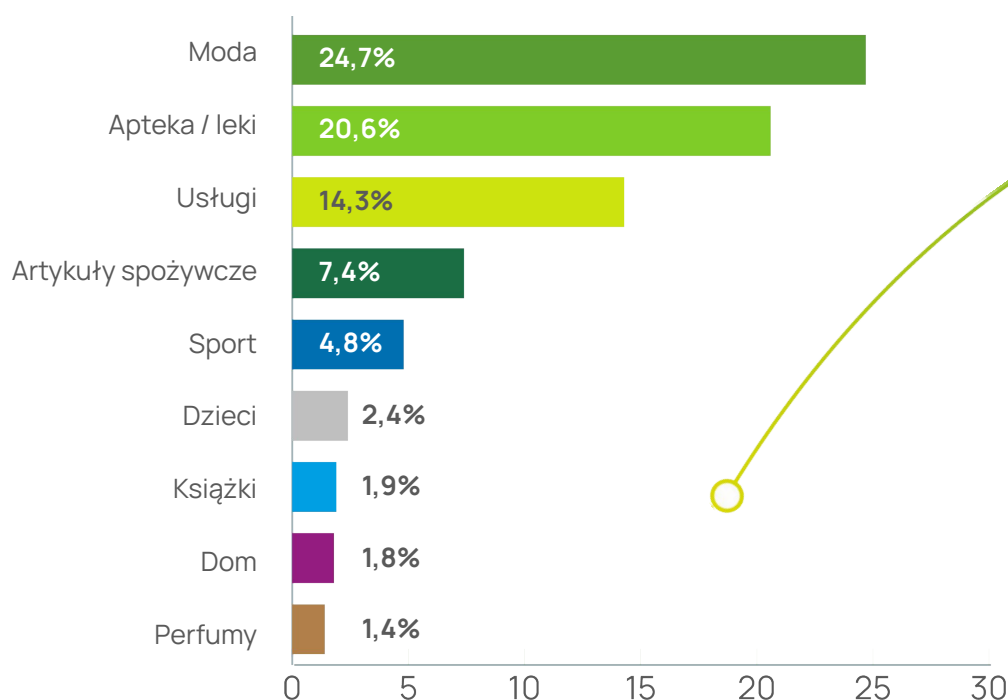
W przypadku płatności odroczonych średnia wartość koszyka w każdej kategorii produktów jest znacznie mniejsza niż w przypadku płatności ratalnych - są to zakupy, których kwoty opiewają z reguły na setki, nie tysiące złotych. **Średnia wartość koszyka wynosi zaś tylko 204 zł.**

Płatności odroczone są najczęściej wybierane w przypadku zakupów z kategorii Moda - podobnie, jak w przypadku płatności ratalnych. Również dla tej kategorii produktów średnia wartość koszyka jest największa i wynosi prawie 310 zł.

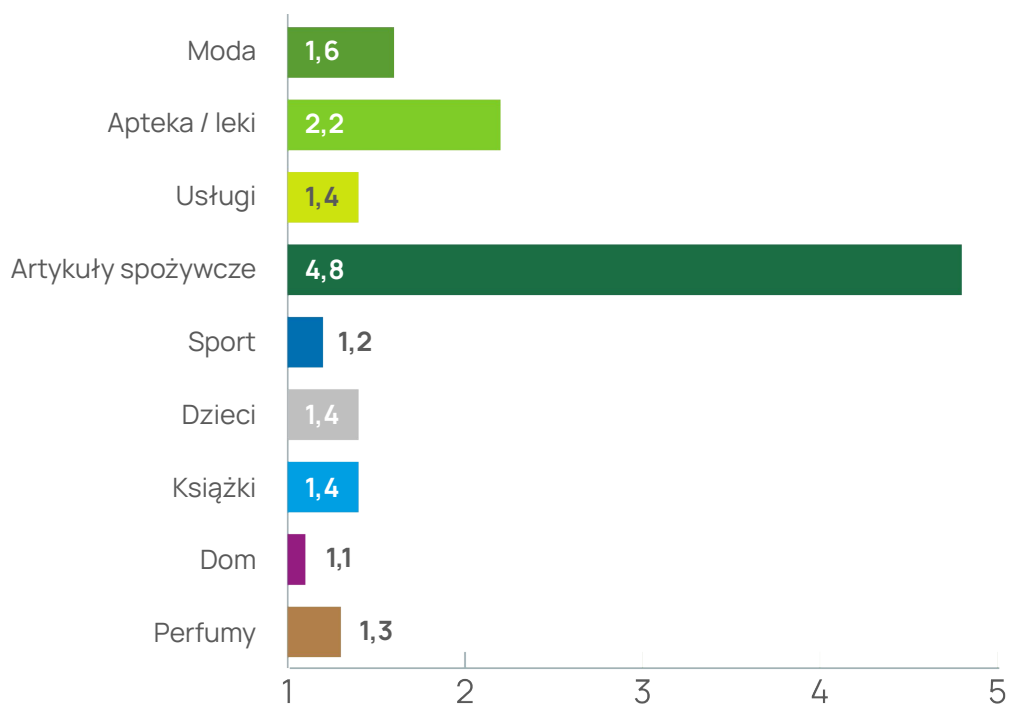
Innymi produktami, których zakup często jest finansowany przez BNPL, są leki i artykuły spożywcze. "Zapłać później" jest też często wybieraną metodą płatności za usługi.

Kategoriami, dla których wartość koszyka w przypadku płatności odroczonych jest największa, są, oprócz wspomnianej mody, również sport, dom i usługi. Jak widać, duży udział danej kategorii w ogóle kategorii produktów finansowanych przez BNPL niekoniecznie idzie w parze z wysoką kwotą zakupu i odwrotnie.

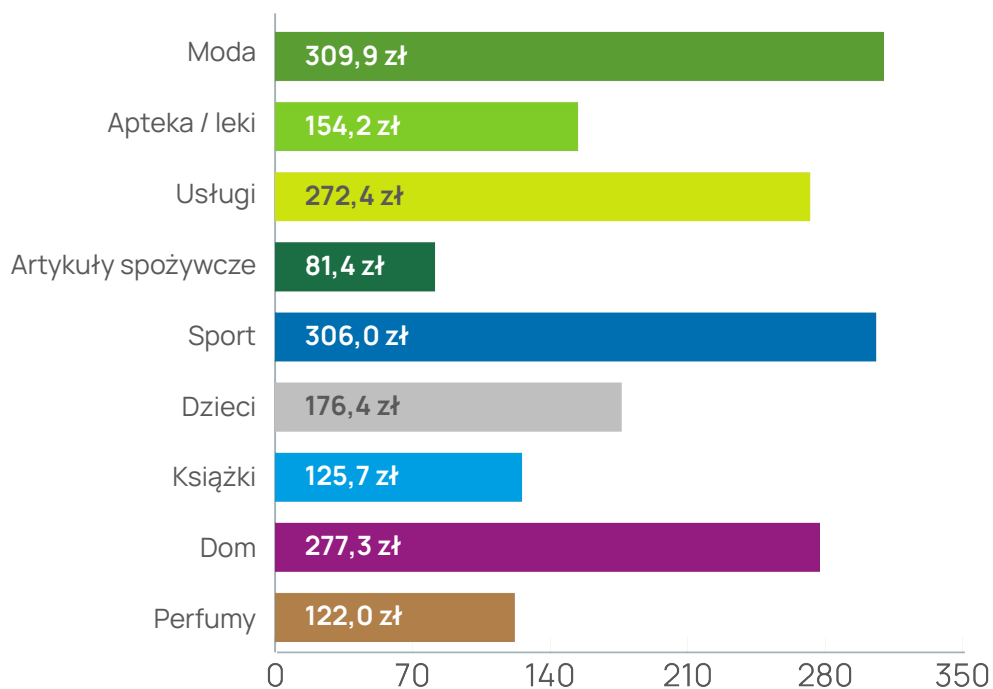
Najpopularniejsze kategorie produktów finansowane przez BNPL:



Średnia liczba zakupów* według kategorii produktu – płatności odroczone:



Średnia wartość koszyka dla poszczególnych kategorii produktów finansowanych przez BNPL:



* W trakcie przeprowadzenia badania: 1.01-31.07.2023

Przyszłość BNPL obiecująca

Ewelina Orzechowska

Country Manager Twisto Polska

[LinkedIn](#)



Według przedstawionego raportu, usługa BNPL jest przede wszystkim wykorzystywana do finansowania zakupów odzieży i kosmetyków.

Nie jest to zaskoczeniem, gdyż ponad 84% korzystających z tej metody płatności to kobiety. Można zauważyć, że metoda płatności BNPL **nie powoduje nadmiernego zadłużania klienta**, gdyż średnia wartość koszyka zakupowego wynosi ok. 200 zł. Fakt ten potwierdza również stosunkowo niski procent niespłaconych zakupów – tzw. **default rate**, **który w przypadku BNPL jest marginalny**.

Prognozujemy, że w 2024 ten trend będzie się utrzymywał, pojawią się także **nowe kategorie produktów** objęte tą formą finansowania.

Klienci chętnie sięgają po metodę płatności kup teraz, zapłać później ze względu na kilka czynników. Po pierwsze, oferuje ona elastyczność w zarządzaniu budżetem, umożliwiając odroczenie płatności w czasie lub rozłożenie większych transakcji na raty (Twisto oferuje tzw. usługę "Pay in 3", polegającą na możliwości podzielenia płatności na 3 zupełnie darmowe raty). Po drugie, brak konieczności natychmiastowego opłacenia rachunku, który może być atrakcyjny dla osób, które chcą zminimalizować obciążenia finansowe w danym momencie.

Dodatkowo usługa ta charakteryzuje się szybkością, intuicyjnym procesem i łatwością obsługi, co może dodatkowo wpływać na jej wybór przez wielu klientów.

[kontynuacja na następnej stronie] →

Przyszłość BNPL obiecująca (komentarz)

Sklepy coraz chętniej wdrażają metodę płatności BNPL z kilku powodów.

- Umożliwia ona zwiększenie tzw. konwersji sprzedażowej. Potencjalni klienci mogą być bardziej skłonni do dokonania zakupu, jeśli mają opcję opłacenia go później lub podzielenia na raty.
- Odroczone płatności mogą przyciągnąć do sklepu wielu nowych klientów, zwłaszcza tych, którzy szukają elastyczności finansowej.
- Sklepy widzą wartość w zwiększeniu średniej wartości zamówienia, klienci, dzięki możliwości późniejszej spłaty rachunku są skłonni do generowania wyższych koszyków zakupowych.

Przyszłość BNPL w Polsce wydaje się obiecująca, ale trudno przewidzieć, czy całkowicie wyprze inne metody płatności. Cały czas mamy pewne niezagospodarowane kanały sprzedaży (Twisto wprowadziło do oferty tzw. usługę Instore, polegającą na możliwości skorzystania z odroczonej płatności podczas zakupów stacjonarnych). Płatności odroczone mają duży potencjał, który znajdzie jeszcze wiele nowych odsłon. Dodatkowo obserwujemy trend tzw. **"added value"** – wraz z usługą BNPL dostarczamy klientowi dodatkowe korzyści, np. w postaci rabatów w sklepach partnerskich czy dodatkowych funkcjonalności produktu. Na przykład: użytkownik posiadający konto Twisto może m.in. dzielić wspólne rachunki ze znajomymi poprzez tzw. Twisto Split, wymieniać waluty po atrakcyjnym kursie bez marży, kategoryzować wydatki itp. Innowacyjna jest też karta płatnicza Twisto.

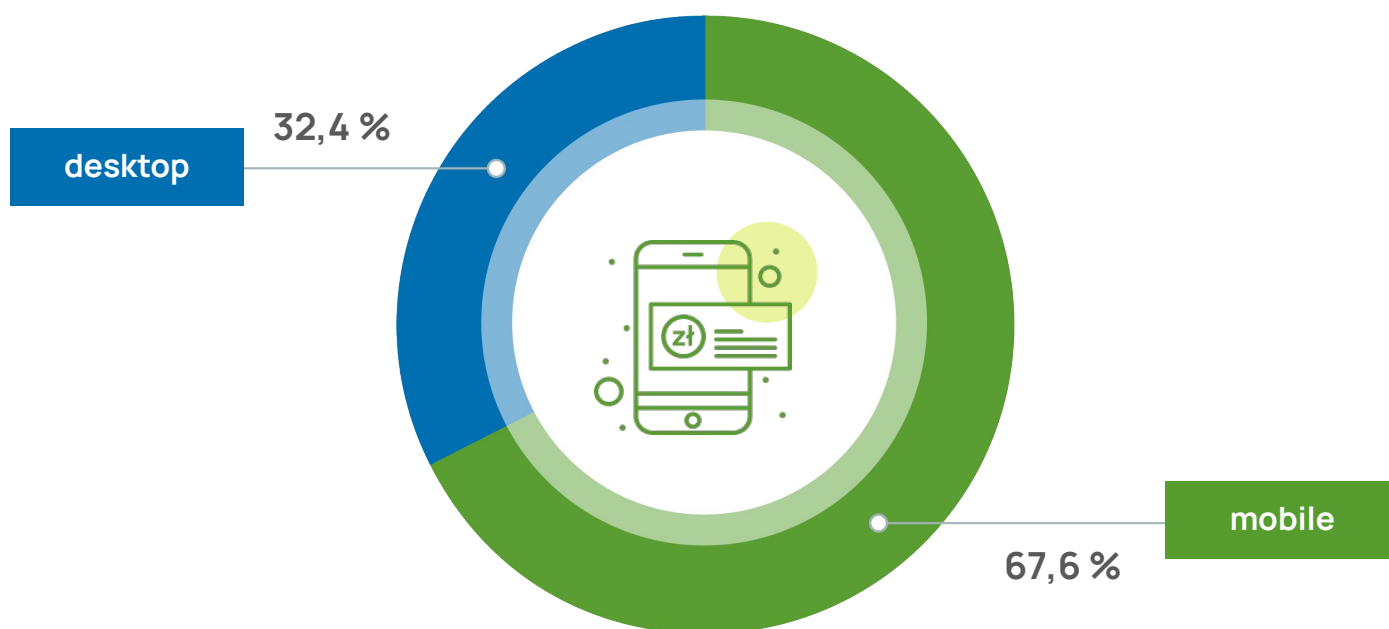
Obecność różnych podmiotów świadczących usługi płatności odroczone wpływa na rozwój tego sektora w pozytywny sposób. Konkurencja stymuluje innowacje i rozwój, a do tego wpływa na optymalizację warunków oferowanych klientom. Z drugiej strony istnieje ryzyko, że może prowadzić do presji, a w rezultacie do obniżenia standardów oferowanych usług lub zaostrzenia ich warunków - co z kolei może negatywnie wpływać na odbiór produktu przez konsumentów. Kluczowe jest to, aby regulacje i rozwój konkurencji były skonstruowane tak, aby chronić interesy klientów a przy tym zachować zdrową dynamikę rynku.

Ewelina Orzechowska

Jak Polacy odraczają?

Spośród klientów dokonujących zakupów online, większość robi to za pośrednictwem smartfona (ponad 67%).

Sposób robienia zakupów z odroczoną płatnością



BNPL z korzyścią dla przedsiębiorcy

Danuta Czapeczko

Wiceprezes Zarządu PragmaGO

[LinkedIn](#)



BNPL dla B2B to segment, który dynamicznie rośnie.

Potwierdzają to nasze dane – w trakcie trzech kwartałów 2023 wartość transakcji, które sfinansowaliśmy w tym modelu, wzrosła o 76% (r/r).

Z usługi skorzystało też o 35% więcej firm niż rok wcześniej.

BNPL to dla przedsiębiorcy szereg korzyści – innych niż te dla konsumentów. Firmy odraczają płatność, ponieważ **chcą zakupić towar czy półprodukty, aby zrealizować w przyszłości zysk**. Rozwiązania dostępne dla konsumentów nie zaspokoją ich potrzeb – firmy potrzebują chociażby wyższych limitów finansowania.

BNPL zyskują na popularności wśród przedsiębiorców również dlatego, że są prostą i łatwo dostępną **alternatywą dla kredytów kupieckich**.

Jako wyspecjalizowany dostawca usług BNPL dla biznesu, sprawiamy że każdy, kto prowadzi e-commerce B2B, może je udostępnić swoim klientom. Setki tysięcy przedsiębiorców zyskują szybki dostęp do pieniędzy na zakupy i rozwój firmy.



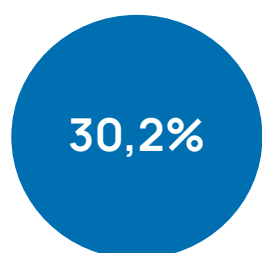
Bonus: Co trzeci Polak za prezenty świąteczne zapłaci **po świętach**



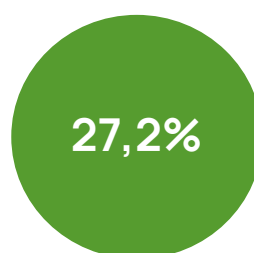
Konsumenci chcą korzystać z płatności odroczonej i ratalnej w okresie wzmożonych zakupów.

Badanie na próbie ok. tysiąca respondentów przeprowadziliśmy w połowie listopada - niedługo przed zbliżającymi się świętami zakupowymi, które mocno wpisały się w kalendarz Polaków: Black Friday, Cyber Monday, Mikołajki i Święta Bożego Narodzenia. Stąd pytanie wskazujące na intencje dotyczące form płatności za zbliżające się zakupy.

Ze względu na nagromadzenie wydatków świątecznych:

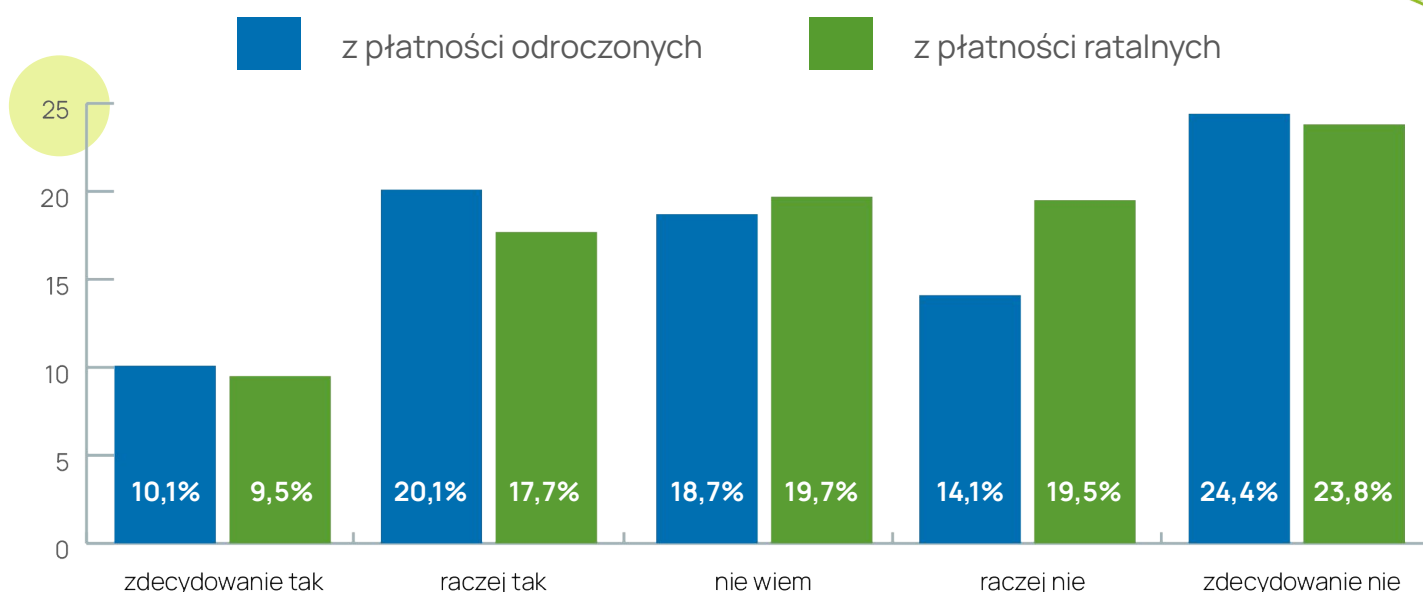


skorzysta z płatności odroczonej

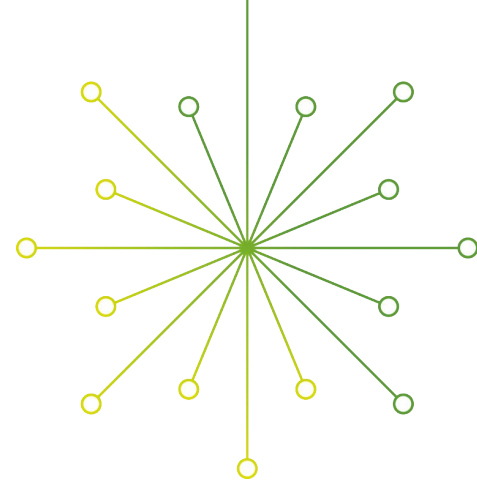


skorzysta z płatności ratalnej

Czy ze względu na nagromadzenie wydatków świątecznych zamierzasz korzystać w najbliższym czasie (listopad-grudzień):



Motywację do odraczania płatności mogą być różne. Część konsumentów chce kupić prezenty i skorzystać z przecen zanim dostaną wypłatę za listopad. Inni chcą najpierw sprawdzić produkt, taki jak sukienka czy dekoracje świąteczne, zanim za niego zapłacą.



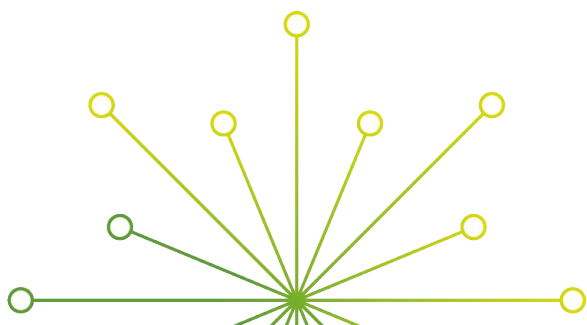
Z tego względu podsumowanie Black Friday, czy innych przedświątecznych akcji promocyjnych sklepy powinny weryfikować dopiero w styczniu.

Co ciekawe, **mężczyźni chętniej deklarują chęć skorzystania z płatności ratalnych niż kobiety.**

Na pytanie o zamiar wybrania tej metody płatności 22% ankietowanych mężczyzn odpowiedziało "raczej tak", dla porównania taką chęć wyraziło 13,9% kobiet.

Za deklaracją korzystania z płatności ratalnych mogą kryć się droższe produkty, które zamierzali kupować mężczyźni, np. elektronika, gadżety - czy to na prezent, czy dla siebie w czasie noworocznych wyprzedaży. Dla sklepów z tymi typowo 'męskimi' kategoriami produktów to wyraźny znak, żeby zatroszczyć się o możliwość rozłożenia płatności na raty

W podziale na płeć nie odnotowano innych wyraźnych różnic - zazwyczaj wynosi ona 1 punkt procentowy, czyli w granicach błędów statystycznego.



Podział na online i offline nieco przestarzały?

Rafał Pasieka

Enterprise Business Development Manager

[LinkedIn](#)

Trendy płatnicze ewoluują dynamicznie, kształtując przyszłość zakupów online i nie tylko. Jednym z kluczowych aspektów tej zmiany jest szybki rozwój płatności BNPL, który rewolucjonizuje doświadczenie zakupowe klientów.



Również, szczególnie w kontekście koszyków zakupowych o wyższej wartości, systemy ratalne (w tym raty “0%”) stają się coraz bardziej popularne. Nie tylko zwiększają one zdolności nabywcze konsumentów, ale także wpływają pozytywnie na konwersję. Sprzyja to konsumentom, ale stanowi także kluczową strategię dla przedsiębiorców, zwłaszcza w przypadku droższych produktów czy usług.

W kontekście handlu omnichannelowego, przedsiębiorcy coraz intensywniej dążą do ujednoczenia oferty płatności, zwłaszcza w obszarze BNPL i kredytów. Ma to na celu zwiększenie satysfakcji klienta, który oczekuje spójności i łatwości korzystania z różnych form płatności oraz budowanie trwałych relacji z marką.

Nie można również pominąć regulacji, takich jak dyrektywa PSD2 i rozwijający się trend **open banking**. Te inicjatywy stawiają na pierwszy plan bezpieczeństwo i transparentność płatności online, zapewniając konsumentom pewność co do ochrony ich danych finansowych.

Podsumowując, przyszłość płatności w e-commerce zapowiada się niezwykle obiecująco. Szybki rozwój płatności BNPL, popularność systemów ratalnych, omnichannelowe podejście handlowców, jednolite systemy rozliczeń i ścisłe przestrzeganie regulacji tworzą fundament dla nowej, innowacyjnej ery finansowania zakupów online i offline. Ta dynamiczna ewolucja nie tylko przewiduje, ale już teraz kształtuje sposób, w jaki konsumenci dokonują płatności, tworząc nowe możliwości i wyzwania dla obu kanałów.

Tworzymy marketplace płatności, dzięki któremu Twoi Klienci będą mogli wybrać najwygodniejszą i najbardziej bezpieczną płatność ratalną;

Dlaczego warto?



Zwiększ konwersję
w swoim sklepie o 10%



Odzyskaj ok. 15%
utraconych koszyków



Otwórz się na nową
grupę Klientów



Podnieś wartość
koszyka o ok. 30%



Otrzymaj wsparcie oraz
pomoc w integracji

Jak włączyć płatności Comfino na swojej stronie?

Wykorzystaj [gotowe moduły sklepowe](#), platformy SaaS



lub skontaktuj się z nami teraz:



kontakt@comfino.pl



+48 887 106 027



www.comfino.pl