

Typowy dłużnik

Jak MŚP rozpoznają niesolidnych klientów

Raport z badania Kaczmarcki Inkasso „Typowy dłużnik”,
grudzień 2025 r.



Spis treści

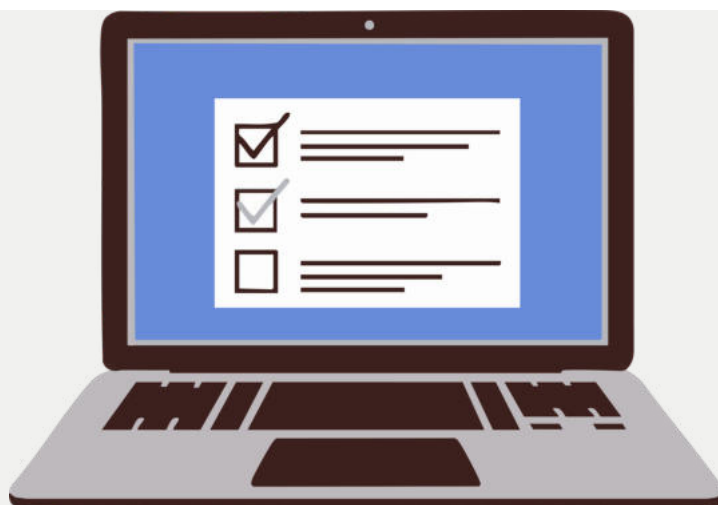
03	-----	Informacje o badaniu "Typowy dłużnik"
04	-----	8 na 10 przedsiębiorców rozpoznaje dłużnika z daleka
05	-----	Najważniejsze wnioski z badania "Typowy dłużnik"
07	-----	Miliony firm, miliardy złotych długu
08	-----	Dokumenty i zachowanie klienta mają znaczenie
09	-----	Weryfikacja wiarygodności klientów biznesowych
10	-----	Intuicja to nie wszystko
11	-----	Co w zachowaniu klienta najbardziej niepokoi firmy
12	-----	Między zyskiem a ryzykiem
13	-----	Zaliczka, płatność z góry i etapowe dostawy
14	-----	Windykacyjna check lista



Informacje o badaniu



Badanie „Typowy dłużnik” zostało przeprowadzone w listopadzie 2025 r. przez IMAS International na zlecenie firmy windykacyjnej Kaczmarzski Inkasso metodą CAWI na reprezentatywnej grupie 402 właścicieli, osób zarządzających i na stanowiskach kierowniczych w mikro, małych i średnich przedsiębiorstwach, wystawiających faktury z odroczonym terminem płatności.



8 na 10 przedsiębiorców rozpoznaje dłużnika z daleka

Niemal **80 proc.** przedsiębiorców uważa, że niesolidnego kontrahenta można rozpoznać jeszcze przed podpisaniem umowy. Badanie Kaczmarek Inkasso „Typowy dłużnik” pokazuje, że firmy z sektora MŚP coraz rzadziej liczą na przypadek, a coraz częściej świadomie oceniają ryzyko płatnicze.

W praktyce robią trzy rzeczy: sprawdzają nowych klientów w dostępnych bazach danych, zapoznają się z informacjami o firmie w internecie i zasięgają opinii innych firm na rynku. Dopiero na to nakładają swoją intuicję i doświadczenie biznesowe. **Co 3.** badany otwarcie przyznaje, że przeczucie często bywa ważnym sygnałem, ale dopiero w połączeniu z twardymi danymi daje to pełny obraz partnera.



Jak przedsiębiorcy najczęściej weryfikują nowych klientów



Sprawdzają w oficjalnych rejestrach i bazach



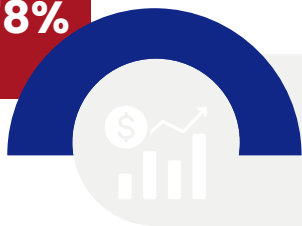
Analizują publiczne informacje o firmie w internecie i korzystają z opinii innych przedsiębiorców



Kierują się intuicją i doświadczeniem

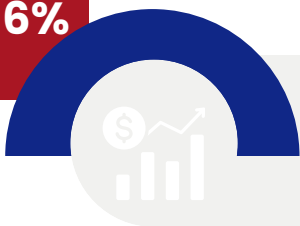
Najważniejsze wnioski z badania

78%



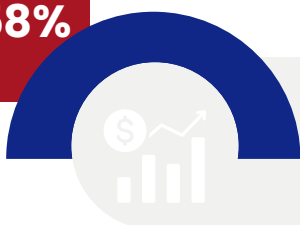
firm uważa, że dłużnika da się rozpoznać jeszcze przed rozpoczęciem współpracy

66%



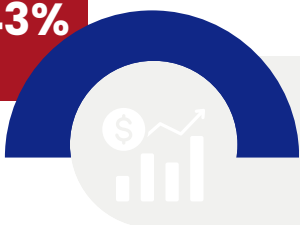
sprawdza kontrahentów w oficjalnych rejestrach i bazach, m.in. rejestrach dłużników, KRS, CEIDG

58%



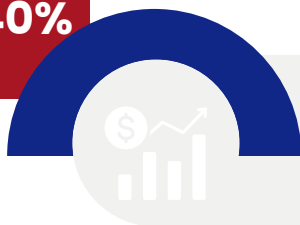
analizuje historię firmy w internecie

43%



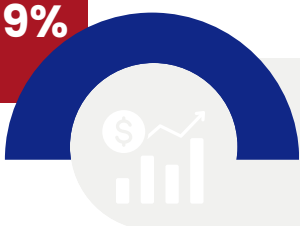
zwraca szczególną uwagę na sposób prowadzenia rozmów

40%



wskazuje, że pierwsze wrażenie co do rzetelności klienta często lub bardzo często się sprawdza, a około połowa – że bywa z tym różnie

39%



przywiązuje wagę do jakości i kompletności dokumentów

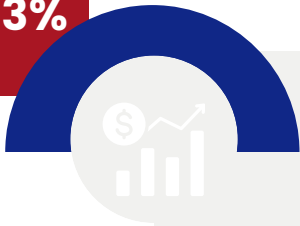
Najważniejsze wnioski z badania

36%



traktuje intuicję i doświadczenie nie jako samodzielny miernik, lecz osobisty filtr

23%



nie ma zaufania, gdy potencjalny klient zachowuje się podejrzanie i niekonsekwentnie

19%



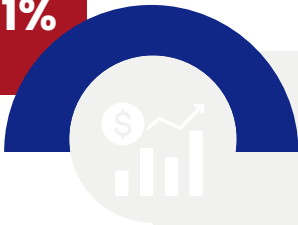
za sygnał alarmowy uznaje złą kondycję finansową przedsiębiorstwa i wpisy w rejestrach

13%



ma opory przed współpracą, gdy partner jest niesłowny i prowadzi chaotycznie rozmowę

11%



zachowuje dystans, jeśli kontrahent wykazuje się nadmierną pewnością siebie lub arogancją



Miliony firm, miliardy złotych długu



Według danych GUS w Polsce działa ok. **2,8 mln** aktywnych firm. Jednocześnie w Krajowym Rejestrze Długów figuruje ponad **260 tys.** przedsiębiorstw, które mają blisko **11 mld zł** zaległości płatniczych. To oznacza, że ryzyko trafienia na dłużnika dotyczy praktycznie każdej firmy sprzedającej z odroczonym terminem płatności.

Dla mniejszych podmiotów nawet jedna większa niezapłacona faktura może oznaczać poważne kłopoty z płynnością, zablokowanie inwestycji i problemy z regulowaniem własnych zobowiązań. Nic dziwnego, że przedsiębiorcy coraz częściej chcą wyłapać dłużnika z wyprzedzeniem, a nie dopiero wtedy, gdy faktura dawno jest po terminie.

Twarde dane a doświadczenie przedsiębiorców

Firmy pytane o to, na czym opierają ocenę nowego kontrahenta, w pierwszej kolejności wskazują źródła twardych informacji:

66% oficjalne bazy danych



58% historia firmy w internecie



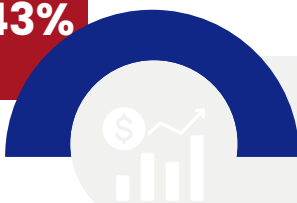
56% opinie w internecie



Dokumenty i zachowanie klienta mają znaczenie

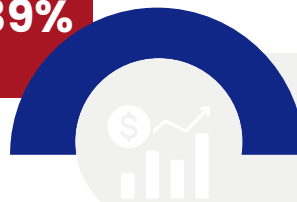
Według przedsiębiorców w ocenie ryzyka istotne są:

43%



sposób prowadzenia rozmów, czy klient jest przygotowany do spotkania, potrafi jasno opisać swoją działalność, własne potrzeby i rozumie zasady współpracy

39%



jakość dokumentów firmowych, kompletność i poprawność danych w ofertach i umowach.



Jakub Kostecki,
prezes Zarządu Kaczmarcki Inkasso

– Jeśli pojawiają się braki w dokumentach, klient jest niechętny do podpisania umowy lub ciągle odkłada sformalizowanie ustaleń, trzeba traktować to jako czerwone światło. Z perspektywy windykacyjnej dobra dokumentacja ma jeszcze jeden wymiar: bez umów, zamówień, protokołów odbioru, faktur i korespondencji trudno skutecznie dochodzić należności. Windykacja polubowna opiera się na faktach, a nie pamięci. Dlatego już na etapie pozyskiwania klienta warto zadbać o to, by każda transakcja była odpowiednio udokumentowana. To znacząco ułatwia potem wyegzekwowanie należności.

Weryfikacja wiarygodności klientów biznesowych



Przedstawiciele MŚP podkreślają, że niepokoi ich zarówno chaos oraz utrudniony kontakt z potencjalnym klientem, jak i przesadna pewność siebie połączona z naciskiem na szybkie decyzje.



Intuicja to nie wszystko

36 proc. przedsiębiorców przyznaje, że przy ocenie nowego klienta ważna jest także intuicja. Nie chodzi jednak o pierwsze wrażenie w oderwaniu od liczb, ale umiejętność łączenie sygnałów.

Na co głównie zwracają uwagę firmy:



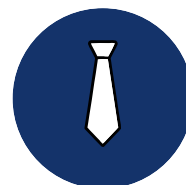
25%

branża działalności, w niektórych sektorach występuje wyższe ryzyko płatnicze



24%

struktura własnościowa, powiązania biznesowe



13%

jak prezentuje się przedsiębiorca

Pierwsze wrażenie jak sygnał ostrzegawczy

Wielu przedsiębiorców uważa, że pierwsze wrażenie, jakie robi na nich nowy klient, jest trafne.

40 % firm deklaruje, że ich pierwsze podejrzenia sprawdzają się zawsze lub bardzo często



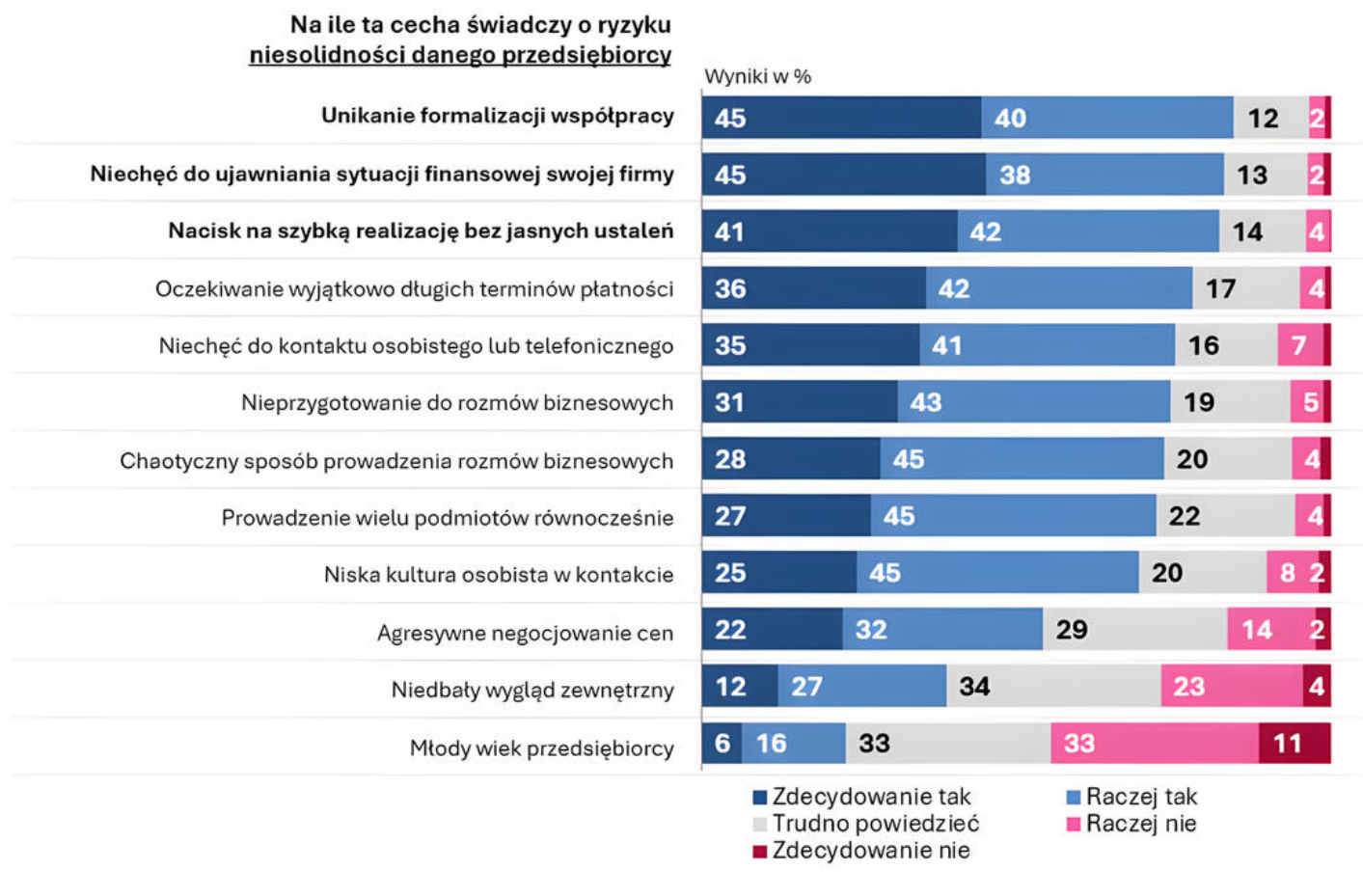
47% mówi, że bywa różnie, czasem tak, czasem nie



10% przyznaje, że przeczucia rzadko lub nigdy się nie potwierdzają



Co w zachowaniu klienta najbardziej niepokoi firmy



Powyższe zachowania w połączeniu z utrudnioną komunikacją i brakami w dokumentach to dla wielu przedsiębiorców sygnał, że warto **ograniczyć skalę współpracy, zażądać zaliczki lub skrócić termin płatności**, a przede wszystkim – **dokładnie sprawdzić klienta w rejestrach dłużników i innych źródłach**.

Te sygnały są ważniejsze niż wizerunek zewnętrzny – wiek przedsiębiorcy, ubiór, to, czy firma ma efektowną stronę www i profile w mediach społecznościowych. Jak pokazuje badanie, to zachowanie i transparentność informacji są prawdziwym papierkiem lakmusowym wiarygodności.

Między zyskiem a ryzykiem

Tylko **6 proc.** firm deklaruje, że zawsze rezygnuje ze współpracy w razie podejrzeń, a **19 proc.** robi to często.



Większość, bo **55 proc.**, wycofuje się tylko czasami, w zależności od kontekstu, a **18 proc.** bardzo rzadko. Widać więc, że przedsiębiorcy balansują między potencjalnym zyskiem a ryzykiem.



Jakub Kostecki,
prezes Zarządu Kaczmarcki Inkasso

– Trafna ocena to suma wieku składników. Na podstawie pierwszego kontaktu: rozmowy, spotkania, telefonu tylko co dwudziesty przedsiębiorca jest przekonany, że zawsze potrafi rozpoznać potencjalnego dłużnika. 28 procent zadeklarowało, że raczej tak, ale ponad połowa stwierdziła, że czasem potrafi, a czasem nie. Co ósmy badany przyznał, że rzadko lub w ogóle nie jest w stanie wyciągnąć takich wniosków po jednym kontakcie. W transakcjach handlowych przekłada się to na prostą praktykę: pierwsze wrażenie jest raczej powodem, by klienta dokładniej „prześwietlić”, niż od razu go skreślić lub bezrefleksyjnie dać kredyt zaufania.

Zaliczka, płatność z góry i etapowe dostawy

Dodatkowe zabezpieczenie w przypadku podejrzeń o niesolidność

Wymaganie zaliczki	50%
Wymaganie płatności z góry za całość zamówienia	41%
Skrócenie terminów płatności	30%
Ograniczenie zakresu i wartości współpracy na początek	28%
Wprowadzenie warunkowej realizacji dostawy (etapami)	27%
Wprowadzenie kar umownych w przypadku opóźnienia płatności	25%
Zastrzeżenie własności towaru do momentu zapłaty	25%
Ubezpieczenie należności	23%
Żądanie gwarancji bankowej	22%
Zwiększenie kar umownych	19%
Zawarcie umowy tylko z notarialnym zabezpieczeniem	17%
Wymaganie weksła	14%
Faktoring jawny – poinformowanie kontrahenta o cesji wierzytelności	12%

Jeśli pojawią się sygnały świadczące o tym, że kandydat do współpracy może być niesolidny, przedsiębiorcy stosują różnorodne zabezpieczenia.

50 proc. wymaga **zaliczki** lub nawet **płatności z góry** za całe zamówienie, na co wskazuje 41 proc. firm. Prawie co 3. **skraca termin płatności**, 28 proc. **ogranicza skalę współpracy**, a 27 proc. wprowadza **etapowe dostawy**.

Mniej popularne, lecz stosowane w bardziej formalnych relacjach, są kary umowne i zastrzeżenie towaru (po 25%), ubezpieczenie należności (23 proc.) lub żądanie gwarancji bankowych (22 proc.).

Najrzadziej stosowane są weksle (14 proc.) i jawny faktoring (12 proc.).

Windykacyjna check lista

Każda złotówka zamrożona w przeterminowanych fakturach to luka w finansach firmy, a zarazem bezpłatny kredyt dla niesolidnego klienta. W windykacji wygrywa nie ten, kto mówi najgłośniej, lecz ten, kto działa najszybciej i najbardziej systemowo. **Warto wiedzieć, jak to zrobić.**

1

Prześwietlanie klienta

Pierwszym krokiem, zanim dojdzie do współpracy z nowym klientem, powinno być sprawdzenie jego wiarygodności płatniczej w Krajowym Rejestrze Długów i innych bazach gospodarczych, przejrzanie opinii branżowych czy nawet podstawowych danych finansowych. Pozwala to ocenić prawdopodobieństwo opóźnień. Rezygnacja z tego etapu może oznaczać problemy finansowe, szczególnie gdy dostawy mają charakter ciągły, albo firma sprzedaje z odroczonym terminem płatności.



2

Umowy, faktury, potwierdzenia

Druga kwestia to brak kompletnej dokumentacji. Skuteczna windykacja opiera się na dowodach, a nie na dobrej pamięci. Umowy, zamówienia, protokoły odbioru, faktury, korespondencja, potwierdzenia częściowych wpłat – bez tego nawet najlepszy prawnik będzie miał związane ręce. Warto wprowadzić w firmie prostą, powtarzalną regułę: każda transakcja przechodzi przez checklistę „dokumentacja gotowa do windykacji”. Dopiero gdy wszystkie pola są odhaczone, towar może jechać do klienta. Oszczędzi to nerwów i pieniędzy, gdy sytuacja wymknie się spod kontroli.

Windykacyjna check lista

3

Szybka windykacja

Trzecia pułapka to spóźniony start działań windykacyjnych. Statystyka jest bezlitosna: im dłużej przedsiębiorca czeka, tym mniejsze szanse na odzyskanie należności. Dobrze jest ustalić wewnętrzny termin graniczny, np. 14 dni po terminie płatności. Tego dnia automatycznie powinny ruszyć przypomnienia e-mailem, sms-em czy poprzez bezpośrednią rozmowę.

4

Scenariusz działania

Częstym błędem przedsiębiorców jest zbyt łatwe uleganie dłużnikowi i brak scenariuszy działania. „Księgowa na urlopie”, „bank się spóźnił”, „przelew zaraz wyjdzie” – każdy wierzyciel słyszał to setki razy. Obietnica to za mało. Trzeba wyznaczyć termin, potwierdzić go pisemnie, a jeśli nie zostanie dotrzymany, automatycznie rozpocząć procedurę odzyskiwania należności, np. za pośrednictwem firmy windykacyjnej. Potrzebny jest precyzyjnie opisany plan: od delikatnego przypomnienia, przez formalne wezwanie, kontakt telefoniczny i kanały cyfrowe, aż po decyzję o przekazaniu sprawy do wyspecjalizowanej firmy windykacyjnej. **Z badania Kaczmarowski Inkasso „Jak MŚP korzysta z windykacji” wynika, że 71 proc. przedsiębiorców wysoko ocenia skuteczność firm windykacyjnych, z którymi współpracowały w ciągu ostatnich 2 lat.**



Windykacyjna check lista

5

Elastyczność i konsekwencja

Paradoksalnie równie kosztowny jest brak elastyczności. Sztywne stanowisko „Albo całość dziś, albo widzimy się w sądzie” często kończy się długą batalią i niską efektywnością. Tymczasem dobrze skalkulowana ugoda, rozłożenie płatności na krótkie, realne raty czy uzależnienie bieżących dostaw od spłaty części długu pozwalają utrzymać relacje biznesowe i odzyskać pieniądze. Elastyczność nie oznacza naiwności, tylko kontrolę nad warunkami współpracy i terminarzem.

Wreszcie, przedsiębiorcom zdarza się pomijać windykację polubowną, choć to najtańszy i zwykle najskuteczniejszy sposób na wyegzekwowanie należności. Pierwsze **90 dni** od powstania długu daje wiele możliwości: zautomatyzowane przypomnienia, krótkie, rzeczowe rozmowy telefoniczne czy e-maile z linkiem do szybkiej płatności dają najlepszy efekt przy najniższym koszcie. Dobra windykacja nie jest bowiem sztuką konfrontacji, lecz konsekwencji.



Kaczmarowski Inkasso

Ekspert kompleksowego zarządzania wierzytelnościami. Od ponad 30 lat specjalizuje się w przywracaniu płynności finansowej polskim firmom, obsługując na masową skalę zarówno klientów strategicznych: banki, firmy pożyczkowe, leasingowe, telekomy, ubezpieczycieli, jak i małe oraz średnie przedsiębiorstwa ze wszystkich branż.

Zapewnia ochronę transakcji handlowych, gwarantując wysoki standard zarządzania wierzytelnościami. Dąży przy tym do utrzymania pozytywnych relacji między wierzycielem a dłużnikiem, a także umożliwienia im dalszej współpracy handlowej. Działa zgodnie z Zasadami Dobrych Praktyk, opracowanymi przez Związek Przedsiębiorstw Finansowych w Polsce, którego jest członkiem.



Zapraszamy do współpracy!

Departament Sprzedaży Usług Windykacyjnych

tel. 71 773 76 41

biuro@kaczmarowski.pl

www.kaczmarowski.pl