

2013

# Badanie obrotu kartowego wśród przedsiębiorców w Polsce

Zrealizowane na zlecenie  
Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego  
przez instytut badawczy Ipsos

Autor raportu: Agata Kuśnierek, Ipsos  
Kierownik projektu badawczego: dr Jakub Górka,  
Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego  
Styczeń 2014



## Spis treści

<b>1. Wprowadzenie</b> .....	<b>3</b>
1.1. Tło badawcze.....	3
<b>2. Założenia badawcze</b> .....	<b>4</b>
2.1. Metodologia badania .....	5
2.2. Dobór próby.....	5
<b>3. Poziom akceptacji kart płatniczych w Polsce</b> .....	<b>9</b>
3.1. Akceptacja kart płatniczych przez przedsiębiorstwa handlowo-usługowe.....	10
<b>4. Wyniki badania</b> .....	<b>14</b>
4.1. Okres akceptowania kart płatniczych .....	15
4.2. Zmiana agentów rozliczeniowych.....	16
4.3. Zmiana opłat związanych z akceptowaniem kart płatniczych .....	18
4.4. Poziom opłat transakcyjnych.....	22
4.5. Opinie o ustawie regulującej wysokość opłat .....	24
4.6. Potencjał nowych instrumentów płatniczych i usług .....	31
4.7. Opinie na temat kart American Express i Diners Club .....	37
4.8. Reprezentowanie interesów przedsiębiorców przez organizacje branżowe .....	42
<b>5. Wnioski z badania</b> .....	<b>46</b>
5.1. Podsumowanie .....	47
<b>6. Załączniki</b> .....	<b>52</b>
6.1. Spis tabel.....	53
6.2. Spis wykresów .....	54
6.3. Działy sekcji objętych badaniem wg klasyfikacji PKD .....	57
6.4. Pismo przewodnie informujące o celach badania.....	59
6.5. Kwestionariusz opracowany przez Wydział Zarządzania UW i FROB.....	60

# 1. Wprowadzenie

## 1.1. Tło badawcze

Polscy przedsiębiorcy zajmujący się działalnością usługowo-handlową, od lat czekają na obniżenie opłaty interchange (pobieranej w opłacie akceptanta od każdej transakcji dokonywanej kartą płatniczą), której wysokość w Polsce należy do najwyższych w Europie. Ponoszenie tej opłaty wpływa na koszty prowadzenia działalności gospodarczej, co skutecznie zniechęca wiele firm do instalacji terminali płatniczych. Rezygnując z akceptacji płatności kartowych, tracą jednak możliwość zaspokojenia preferencji płatniczych znacznej grupy klientów i tym samym pozbawiają się ewentualnych dochodów z wyższej sprzedaży.

Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego (FROB) przyjęła za cel m.in. doprowadzenie do obniżenia opłat interchange, zwiększanie wiedzy przedsiębiorców na temat płatności kartowych, zachęcanie ich do przyjmowania płatności nowymi innowacyjnymi instrumentami płatniczymi oraz doprowadzenie do sytuacji, w której większa liczba detalistów włączy się w obrót bezgotówkowy.

Realizując swoje cele statutowe FROB przy współpracy z Wydziałem Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego (WZ UW) zlecił niezależnemu instytutowi badawczemu Ipsos przeprowadzenie badania, pozwalającego na opracowanie diagnozy sytuacji na rynku kart płatniczych, w tym uzyskanie informacji na temat aktualnej wiedzy przedsiębiorców w zakresie obowiązujących stawek opłaty interchange, ale też planowanych zmian ich wysokości oraz wpływu spodziewanych rozwiązań ustawowych na przyszły kształt rynku płatności kartowych.

Wśród szczegółowych celów badania akceptantów kart płatniczych wyróżniono:

- weryfikację przełożenia na rynek akceptacji kart płatniczych wprowadzonych z początkiem 2013 roku obniżek opłat interchange w systemach Visa i MasterCard,
- pomiar rozpoznawalności i korzyści z akceptacji kart systemów trójstronnych Diners Club i American Express,
- oszacowanie potencjału tkwiącego w płatnościach mobilnych,
- określenie poziomu rozpoznawalności Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego.

Dodatkowo określono również aktualny poziom akceptacji kart płatniczych w Polsce, w podziale na branże o charakterze usługowo-handlowym.

## **2. Założenia badawcze**

## 2.1. Metodologia badania

Badanie realizowane było przez niezależny instytut badawczy Ipsos, w okresie od września do listopada 2013 roku, na reprezentatywnej próbie polskich przedsiębiorców, w ramach którego przeprowadzono 1052 wywiady w firmach o charakterze usługowo-handlowym, akceptujących płatności kartowe.

W badaniu wykorzystano technikę CAPI (computer-assisted personal interviewing), polegającą na przeprowadzaniu wywiadów bezpośrednich wspomaganym komputerowo. Respondentami były osoby uprawnione do podejmowania decyzji dotyczących akceptowanych form płatności oraz posiadające wiedzę na temat danych finansowych w firmie. Wywiad przeprowadzany był w oparciu o kwestionariusz opracowany przez Wydział Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i Fundację Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego.

Celem zachęcenia przedsiębiorców do wzięcia udziału w badaniu, przed przystąpieniem do wywiadu ankieteryzacji pokazywali pismo przewodnie informujące o celach badania oraz instytucjach zaangażowanych w projekt, czyli Wydziale Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego.

Na poziomie doboru respondentów do próby, po określeniu czy dana firma przyjmuje płatności kartowe, następowała selekcja przepuszczająca akceptantów do wywiadu właściwego. Firmy przyjmujące wyłącznie płatności gotówką nie wchodziły do próby właściwej – etap rekrutacji umożliwił jednak zabranie informacji pozwalających na określenie udziału akceptantów kart płatniczych w całkowitej populacji przedsiębiorstw (w podziale na poszczególne branże).

## 2.2. Dobór próby

Dobór próby zakładał zróżnicowanie podmiotów gospodarczych pod kątem branży i wielkości przedsiębiorstwa mierzonej liczbą zatrudnianych pracowników. Badanie miało charakter ogólnopolski i realizowane było w 6 makroregionach (wg nowego podziału jednostek terytorialnych GUS). Celem uzyskania reprezentatywności, wyniki dla całej populacji zostały przeważone strukturą przedsiębiorców (iteracyjny RIM weighting) wg wielkości zatrudnienia i branży zgodnie z danymi GUS (PKD 2007), umożliwiając rzetelne wnioskowanie o ogóle populacji firm objętych badaniem.

Mając na uwadze wyznaczone cele badawcze i specyfikę badanej populacji, w doborze próby uwzględniono branże, w zakresie których może dochodzić do płatności z wykorzystaniem kart płatniczych. Badanie objęło 7 następujących sekcji PKD z sektora handlu i usług:

- G: Handel hurtowy i detaliczny
- H: Transport i gospodarka magazynowa
- I: Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
- M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
- Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna
- R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją
- S: Pozostała działalność usługowa

Według danych z GUS z roku 2012 całkowita wielkość populacji z branży uwzględnionych w badaniu wynosi 2 265 007 firm.

Tabela 1. Struktura próby według branż (wg. sekcji PKD), uwzględniając rzeczywistą wielkość populacji na podstawie REGON

Sekcja PKD	Wielkość populacji	Procentowy udział w populacji	Udział w próbie proporcjonalny do udziałów w populacji	Liczba zrealizowanych wywiadów
G: Handel hurtowy i detaliczny	1 053 622	47%	489	493
H: Transport i gospodarka magazynowa	251 692	11%	117	92
I: Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	121 894	5%	57	100
M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	338 992	15%	157	105
Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	195 180	9%	91	118
R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	67 254	3%	31	44
S: Pozostała działalność usługowa	236 373	10%	110	100
Ogółem:	2 265 007	100%	1052	1052

Z uwagi na nieliczną reprezentację sekcji R (Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją), wyniki przedstawiane dla tej grupy połączone z wynikami uzyskanymi dla sekcji S (Pozostała działalność usługowa).

Tak dobrana próba w zakresie każdej sekcji PKD zapewnia dobrą podstawę wnioskowania, z błędem szacowania na poziomie od +/- 4,4% do +/- 10,2 % (przy poziomie istotności 95%), zależnie od liczebności wywiadów zrealizowanych w zakresie danej sekcji (w tym połączonej R i S). Dla próby całkowitej (N=1052), błąd szacowania wynosi +/- 3% (przy poziomie istotności 95%).

W doborze firm brano także pod uwagę wielkość przedsiębiorstw wg podziału stosowanego przez GUS:

- mikrofirmy – zatrudniające do 9 pracowników
- małe firmy – zatrudniające od 10 do 49 pracowników
- średnie firmy – zatrudniające od 50 do 249 pracowników
- duże firmy – zatrudniające 250 pracowników lub więcej

Zastosowanie doboru próby proporcjonalnego do struktury wielkości zatrudnienia występującego w populacji firm, z uwagi na zdecydowaną przewagę mikrofirm (96,9% w populacji objętej badaniem), nie pozwoliłoby na wnioskowanie na poziomie pozostałych wielkości przedsiębiorstw. Z tego względu zastosowano dobór dysproporcjonalny, zakładający przeprowadzenie wywiadów nawet w najmniej licznej grupie przedsiębiorców, czyli z przedziału o największym zatrudnieniu (250 pracowników lub więcej).

Tabela 2. Struktura próby według wielkości zatrudnienia w branżach objętych badaniem

Wielkość zatrudnienia	Wielkość populacji	Procentowy udział w populacji	Udział w próbie proporcjonalny do udziałów w populacji	Liczba zrealizowanych wywiadów
0 – 9 pracowników	2 194 022	96,9%	1091	513
10 – 49 pracowników	61 295	2,7%	28	321
50 – 249 pracowników	8 104	0,4%	4	189
250 pracowników lub więcej	1 586	0,1%	1	29
Ogółem:	2 265 007	100%	1052	1052

Mając na uwadze nieliczną reprezentację przedsiębiorców zatrudniających 250 pracowników lub więcej, wyniki przedstawiane dla tej grupy połączono z wynikami uzyskanymi dla firm zatrudniających od 50 do 249 pracowników.

Dobór na podstawie kryterium wielkości przedsiębiorstw zapewnia dobrą podstawę wnioskowania, z błędem szacowania na poziomie od +/- 4,3% do +/- 6,6 % (przy poziomie istotności 95%), zależnie od liczebności wywiadów zrealizowanych w zakresie każdego przedziału (w tym połączonych dwóch przedziałów o największej liczbie pracowników).

Badanie realizowane było na terenie całej Polski uwzględniając podział na 6 makroregionów, zgodnie z nowym podziałem jednostek terytorialnych wg GUS (podział ten odnosi się do nowych województw).

Tabela 3. Struktura realizacji wywiadów według regionów

Region	Ogółem	Wielkość zatrudnienia		
		0 - 9 pracowników	10 – 49 pracowników	50 pracowników lub więcej
Centralny	25%	25%	26%	29%
Południowy	21%	21%	18%	21%
Wschodni	15%	15%	14%	14%
Północno-zachodni	16%	16%	15%	10%
Południowo-zachodni	8%	8%	10%	9%
Północny	15%	15%	16%	17%
Ogółem:	100%	100%	100%	100%

W doborze próby założono również zróżnicowanie w zakresie wielkości miejscowości, w której firma ma swoją siedzibę. Największą liczbę wywiadów zrealizowano w większych miejscowościach – powyżej 200 tysięcy mieszkańców.

Tabela 4. Struktura realizacji wywiadów według wielkości miejscowości

Wielkość miejscowości	Ogółem	Wielkość zatrudnienia		
		0 - 9 pracowników	10 – 49 pracowników	50 pracowników lub więcej
do 50 tys. mieszkańców	29%	28%	31%	31%
od 50 do 200 tys. mieszkańców	23%	23%	20%	26%
powyżej 200 tys. mieszkańców	48%	50%	49%	43%
Ogółem:	100%	100%	100%	100%

Operatem próby była baza Bisnode (dawniej HBI). Jest to baza polskich firm, obejmująca ponad 1 mln podmiotów, wykluczająca firmy nieaktywne. Baza Bisnode zawiera szczegółowe informacje o firmach, m.in.: opis działalności, branża PKD, wielkość zatrudnienia oraz aktualne dane kontaktowe.



### **3. Poziom akceptacji kart płatniczych w Polsce**

### 3.1. Akceptacja kart płatniczych przez przedsiębiorstwa handlowo-usługowe

Jednym z celów projektu badawczego było określenie poziomu akceptacji kart płatniczych wśród polskich przedsiębiorców aktywnych w sprzedaży detalicznej (segment Business-to-Consumer, B2C). Badaniem objęto 7 sekcji PKD z sektora handlu i usług (ich szczegółowy opis przedstawiono w Załączniku nr 6.3):

- G: Handel hurtowy i detaliczny
- H: Transport i gospodarka magazynowa
- I: Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
- M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
- Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna
- R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją
- S: Pozostała działalność usługowa

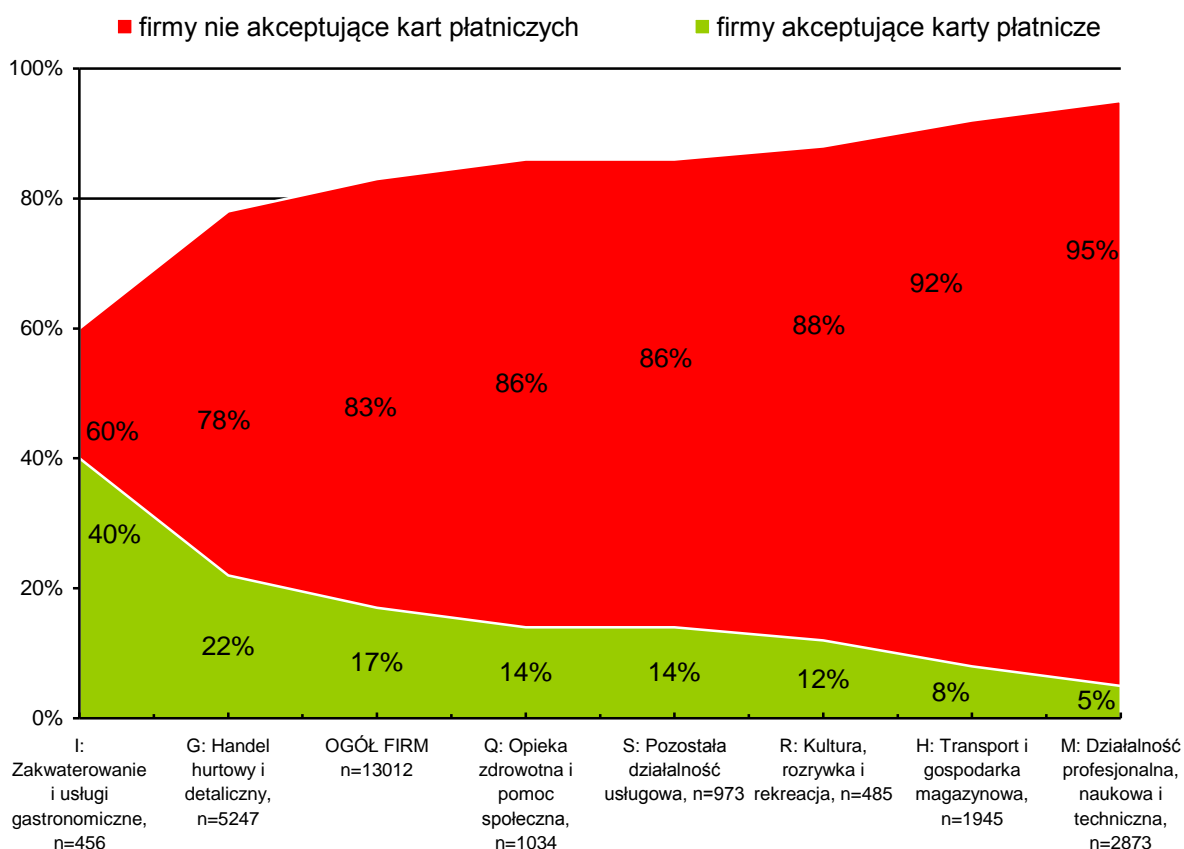
Na etapie rekrutacji do wywiadu przedsiębiorcy byli pytani o akceptowane formy płatności: jeśli przyjmowali wyłącznie gotówkę – informacja ta była odnotowywana, jednak wywiady nie były z nimi przeprowadzane, jeśli akceptowali płatności kartą – przechodzili do wywiadu właściwego. Poniższa tabela przedstawia dane nieważone – zebrane na poziomie rekrutacji do badania właściwego.

Tabela 5. Poziom akceptacji kart płatniczych w poszczególnych sekcjach PKD – dane nieważone

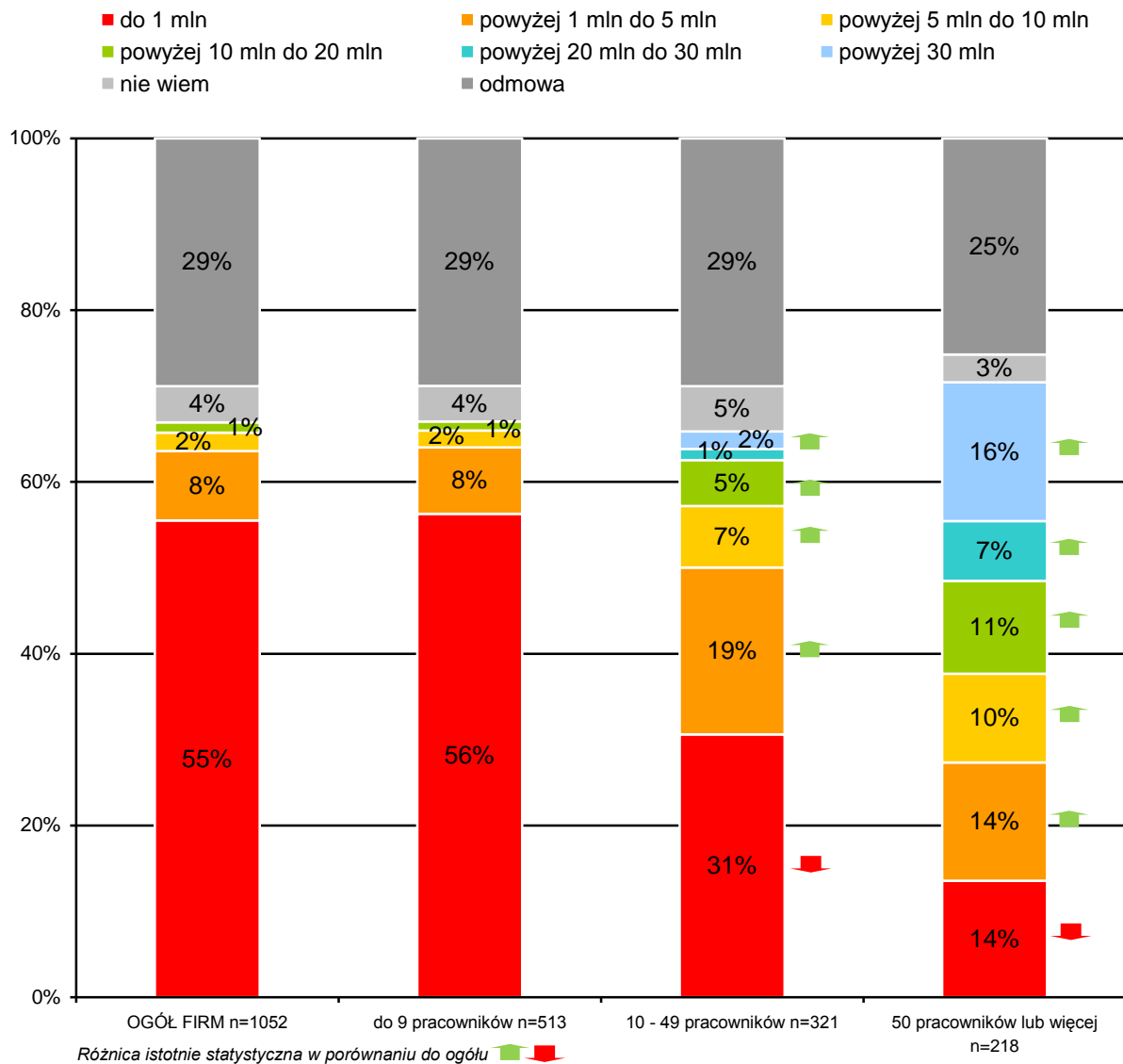
Sekcja PKD	Liczba wykonanych kontaktów			Poziom akceptacji kart płatniczych w branżach
	Firmy nie akceptujące kart	Firmy akceptujące karty	Całkowita liczba kontaktów	
G: Handel hurtowy i detaliczny	4067	1179	5247	22%
H: Transport i gospodarka magazynowa	1819	126	1945	6%
I: Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi	241	214	456	47%
M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna	2743	130	2873	5%
Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna	846	188	1034	18%
R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją	416	69	485	14%
S: Pozostała działalność usługowa	847	126	973	13%
<b>Ogółem:</b>	<b>10 979</b>	<b>2033</b>	<b>13012</b>	<b>16%</b>

W kolejnym kroku zebrane dane zostały przeważone strukturą przedsiębiorców wg wielkości zatrudnienia i branży, celem umożliwienia wnioskowania o ogóle populacji firm objętych badaniem. Odsetek akceptantów kart płatniczych wśród przedsiębiorstw usługowo-handlowych wynosi 17% (Wykres 1). Największy odsetek akceptantów jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi – niemal połowa z nich przyjmuje tą formę płatności (40%). Druga w kolejności branża pod względem największej penetracji akceptantów kart płatniczych to handel hurtowy i detaliczny (22%). Płatności kartą przyjmuje ponad co dziesiąta firma trudniąca się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (14%), działalnością związaną z kulturą, rozrywką, rekreacją (14%) lub pozostałą działalnością usługową (12%) i tylko co dwudziesta firma zajmująca się transportem i gospodarką magazynową (6%) lub działalnością profesjonalną, naukową czy techniczną (5%).

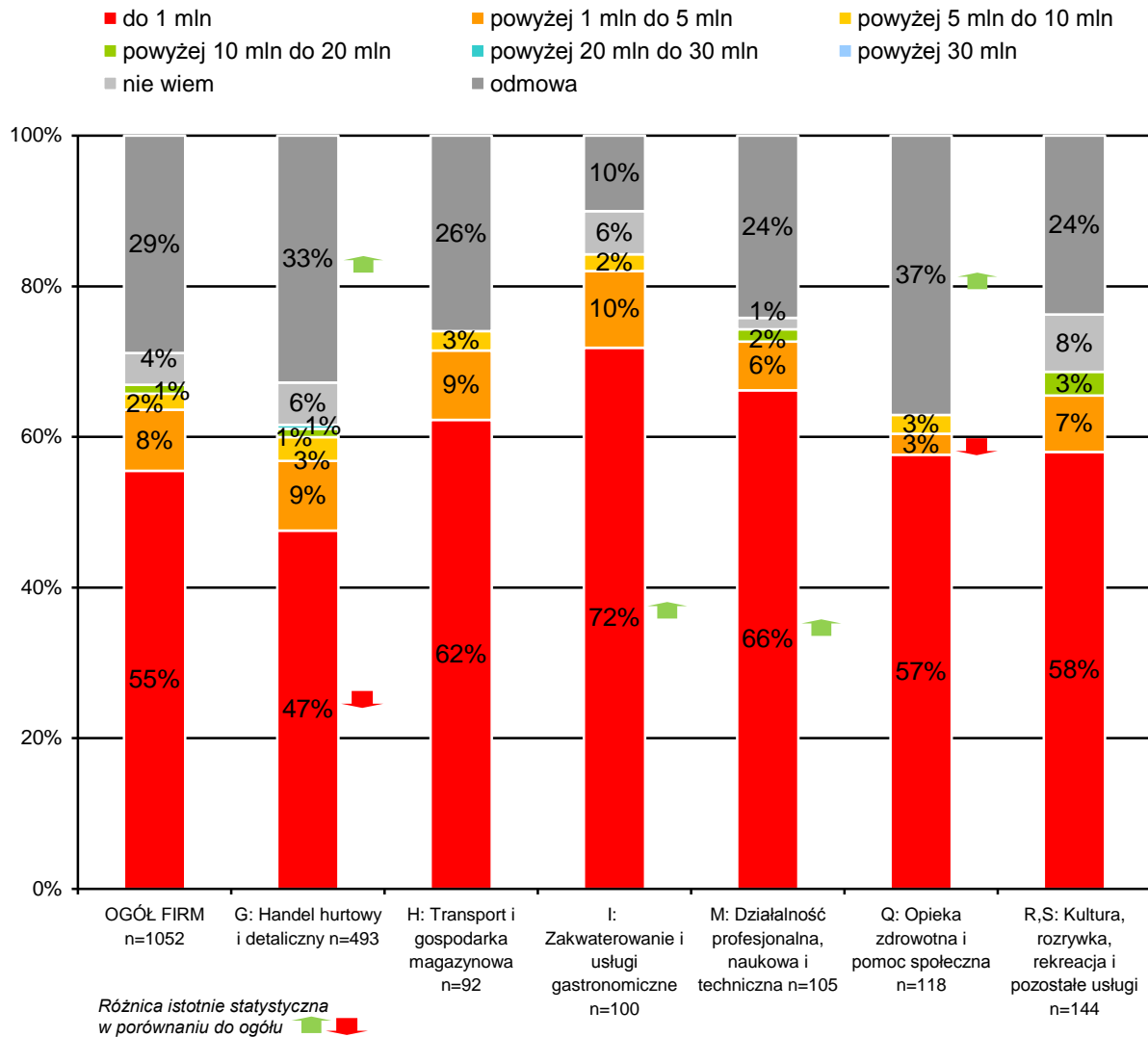
Wykres 1. Poziom akceptacji kart płatniczych w poszczególnych sekcjach PKD, wyrażony stosunkiem akceptantów kart płatniczych do firm przyjmujących wyłącznie płatności gotówkowe – po przeważeniu do struktury przedsiębiorstw wg wielkości zatrudnienia i branży



Wykres 2. Przybliżona wartość rocznych obrotów za 2012 rok firm akceptujących płatności kartowe – w podziale na wielkość zatrudnienia



Wykres 3. Przybliżona wartość rocznych obrotów za 2012 rok firm akceptujących płatności kartowe – w podziale na branże

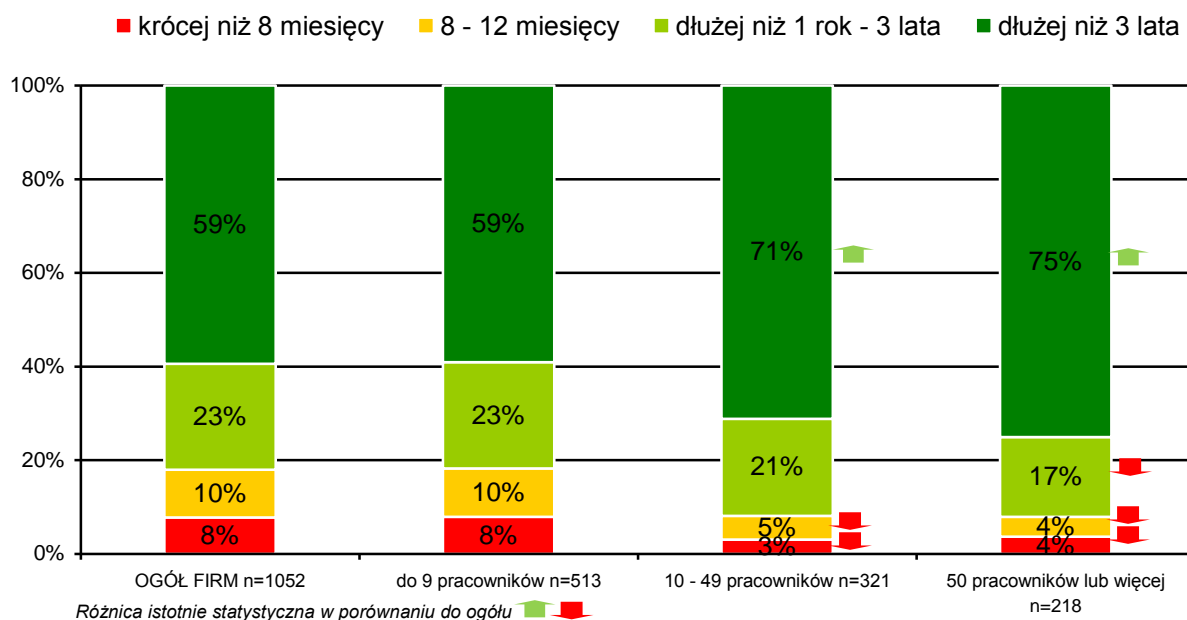


## **4. Wyniki badania**

## 4.1. Okres akceptowania kart płatniczych

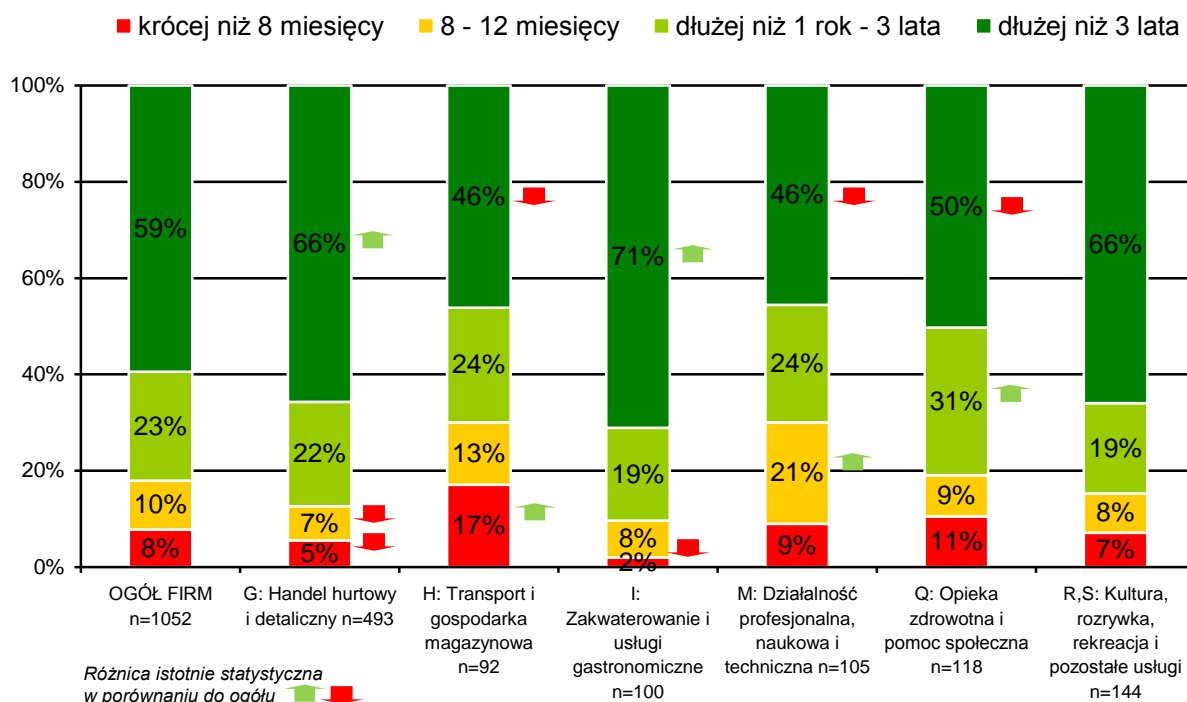
Ponad połowa przedsiębiorców przyznaje, że płatności kartą przyjmuje dłużej niż 3 lata (59%). Największy odsetek firm o najdłuższym stażu korzystania z płatności kartą jest wśród firm średnich i dużych (75%), natomiast najwięcej firm które akceptują karty płatnicze krócej niż rok jest wśród firm mikro (18%). Tak więc o ile w przypadku średnich i dużych firm płatności kartowe stanowią standard od kilku lat, o tyle coraz więcej mikrofirm również przekonuje się do tej formy płatności.

Wykres 4. Okres akceptowania kart płatniczych – w podziale na wielkość zatrudnienia



Najwięcej firm mających najdłuższy staż w korzystaniu z płatności kartowych (przekraczający 3 lata) jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (71%), kulturą, rozrywką i rekreacją oraz pozostałą działalnością usługową (66%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (66%). Natomiast ponad połowa firm zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (54%), działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (54%) oraz opieką zdrowotną i pomocą społeczną (51%) akceptuje karty płatnicze krócej niż 3 lata.

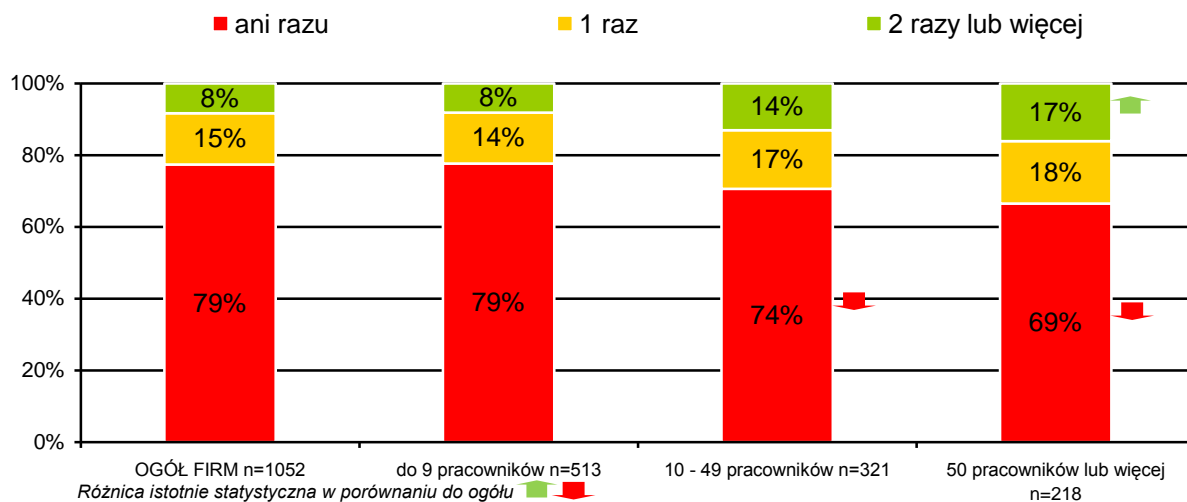
Wykres 5. Okres akceptowania kart płatniczych – w podziale na branże



## 4.2. Zmiana agentów rozliczeniowych

Zdecydowana większość przedsiębiorców od momentu rozpoczęcia akceptacji płatności kartowych w swojej firmie nie zmieniała agentów rozliczeniowych (79%). Najczęstsze zmiany agentów miały miejsce w firmach średnich i dużych – ponad co trzeci przedsiębiorca zmienił agenta rozliczeniowego przynajmniej raz (35%), podczas gdy w firmach małych odsetek ten wyniósł 31%, a w mikrofirmach – 22%.

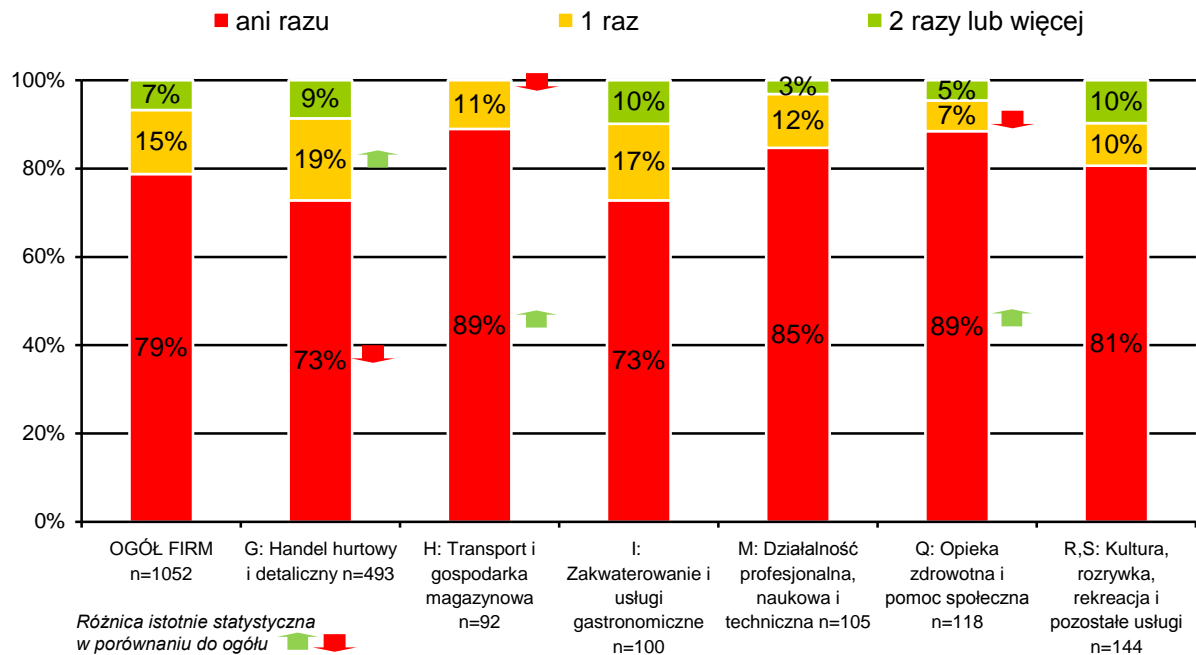
Wykres 6. Częstotliwość zmian agenta rozliczeniowego od momentu rozpoczęcia akceptacji płatności kartowych – w podziale na wielkość zatrudnienia





Agenci rozliczeniowi najczęściej zmieniani są przez przedsiębiorców zajmujących się handlem hurtowym lub detalicznym (28%) oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (27%), natomiast najrzadziej – w firmach z branży opieka zdrowotna i pomoc społeczna (12%) oraz transport i gospodarka magazynowa (11%).

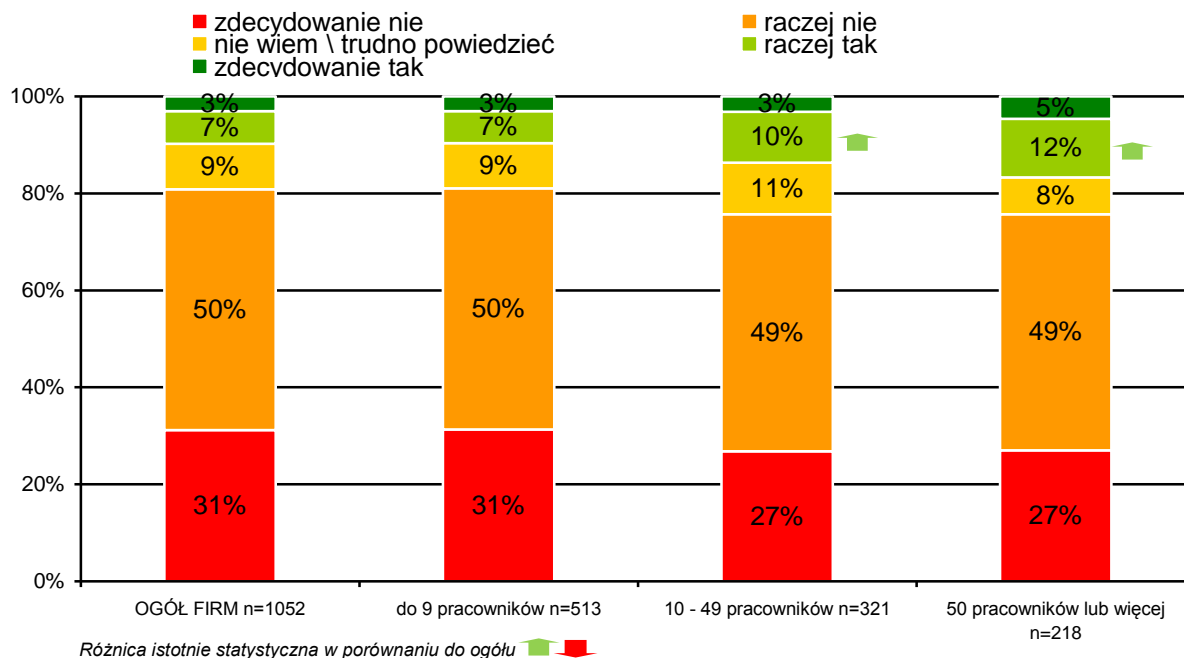
Wykres 7. Częstotliwość zmian agenta rozliczeniowego od momentu rozpoczęcia akceptacji płatności kartowych – w podziale na branże



### 4.3. Zmiana opłat związanych z akceptowaniem kart płatniczych

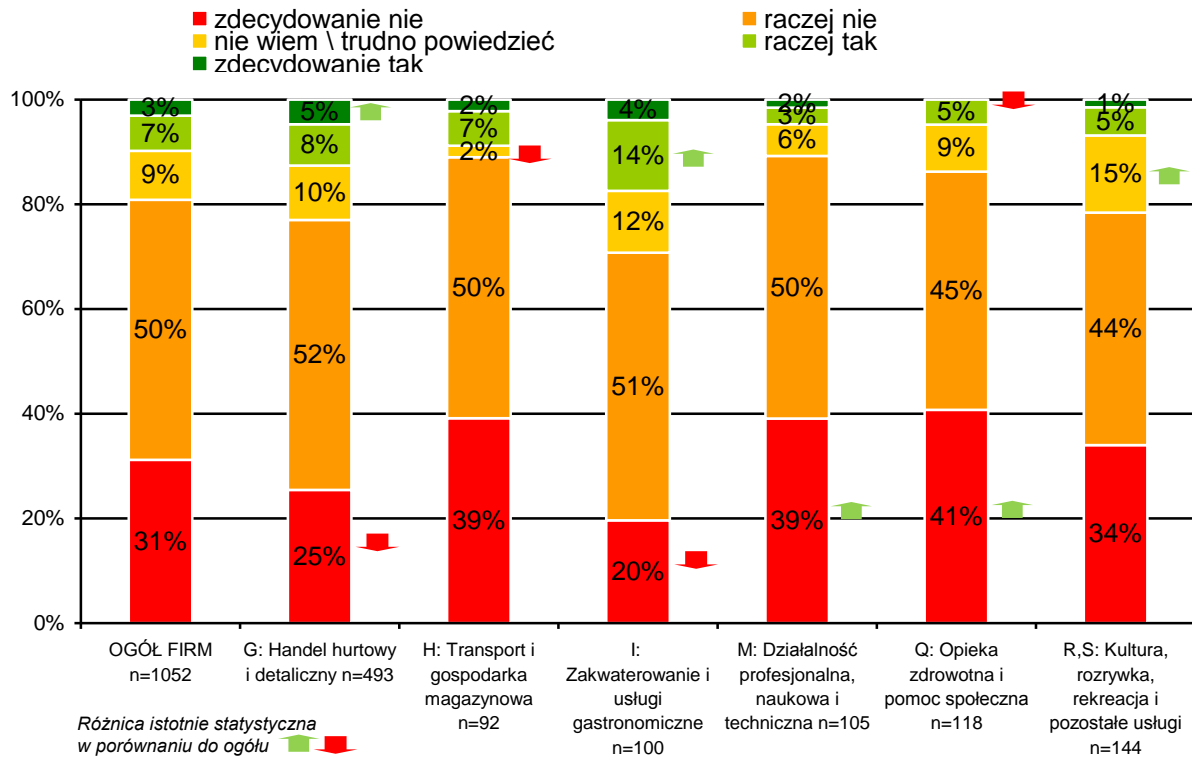
Zdecydowana większość przedsiębiorców w ciągu ostatnich 8 miesięcy nie odczuła zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard (81%), tylko co dziesiąty przedstawiciel firmy twierdzi, że zauważył różnicę (10%). Zmiana wysokości opłat najczęściej wskazywana była przez firmy średnie i duże (17%).

Wykres 8. Odczuwanie zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy – w podziale na wielkość zatrudnienia



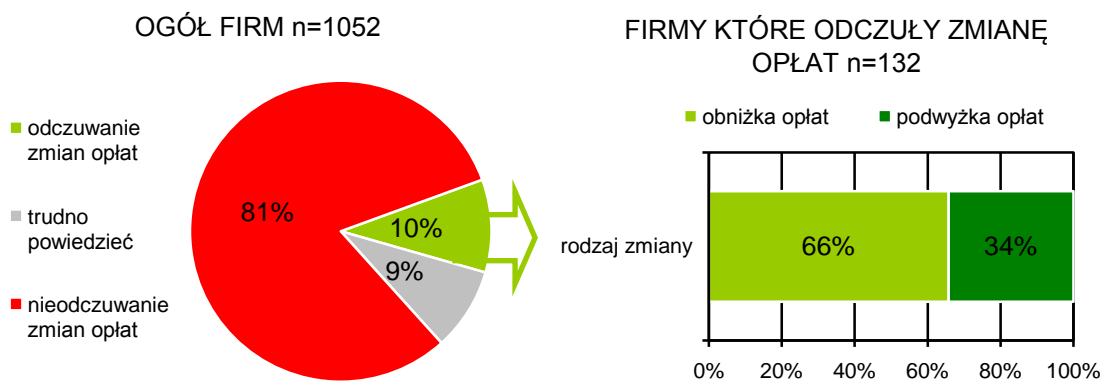
Zmiany wysokości opłat związanych z akceptowaniem kart płatniczych Visa i MasterCard, najczęściej zauważane były przez przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i gastronomią (18%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (13%), natomiast najrzadziej dostrzegały je firmy zajmujące się działalnością profesjonalną, naukową techniczną (5%) oraz opieką zdrowotną i pomocą społeczną (5%).

Wykres 9. Odczuwanie zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy – w podziale na branże



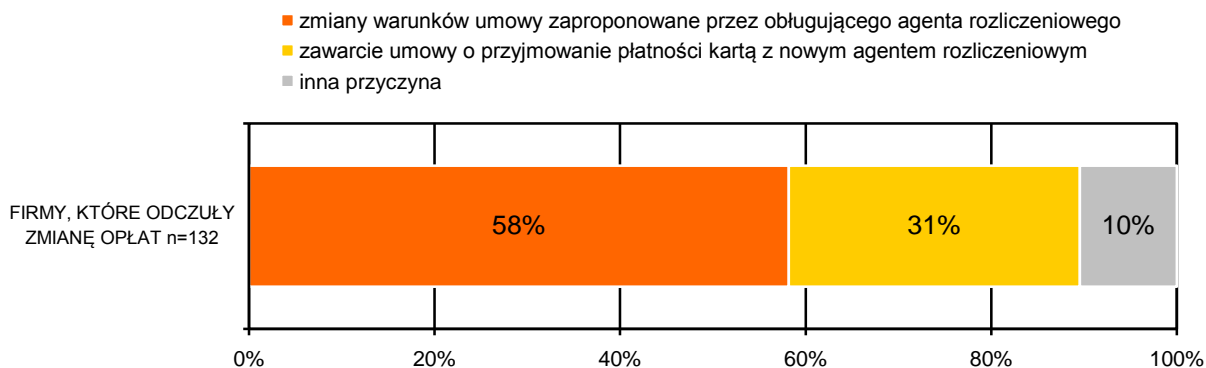
Co dziesiąta firma zauważyła zmianę w wysokości opłat ponoszonych w wyniku akceptacji kart płatniczych Visa i MasterCard (10%). Ponad połowa z nich twierdzi, że zaobserwowane różnice związane były z obniżką opłaty (66%), jednak co trzeci przedsiębiorca przyznaje, że zmiana wynikała z podwyżki (34%).

Wykres 10. Rodzaj zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy



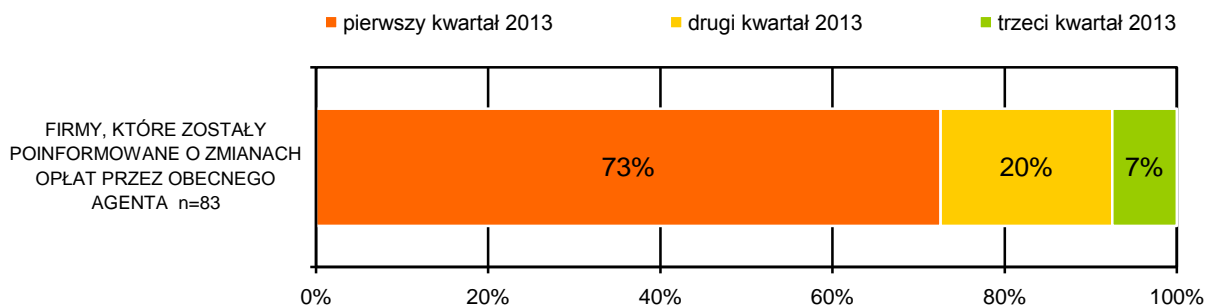
Z firm, które zaobserwowały różnicę w wysokości opłat z tytułu akceptacji kart płatniczych ponad połowa twierdzi, że przyczyną były zmiany warunków umowy zaproponowane przez obecnego agenta rozliczeniowego (58%), podczas gdy niemal co trzeci przedsiębiorca przyznaje, że różnica wiązała się z zawarciem umowy z nowym agentem rozliczeniowym (31%). Wśród innych powodów część przedsiębiorców przyznała, że samodzielnie zażądała obniżki opłat u aktualnie obsługującego ich agenta.

Wykres 11. Przyczyny zmiany opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard



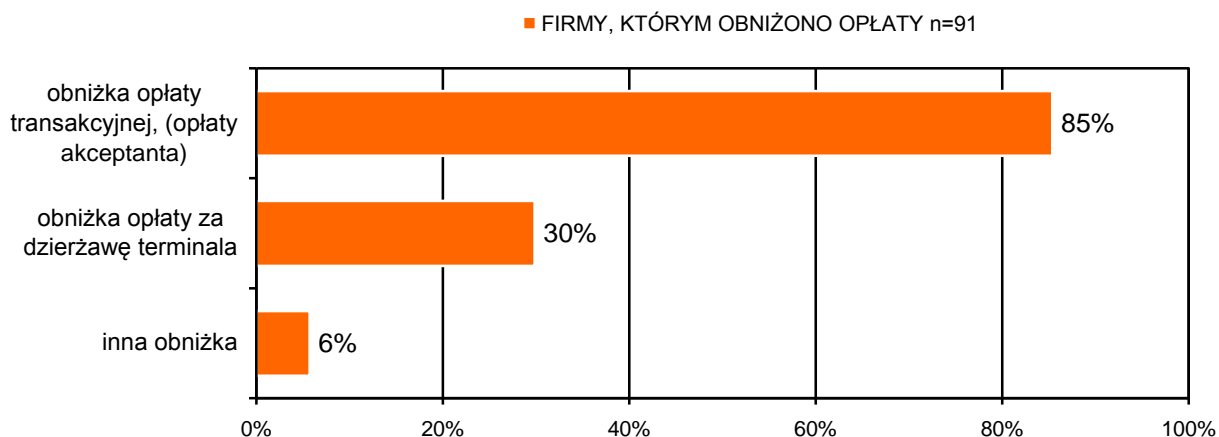
Wśród przedsiębiorców, którzy o zmianach w wysokości opłat wprowadzonych w 2013 roku zostali powiadomieni przez obecnych agentów rozliczeniowych, większość przyznaje, że informacje te otrzymała w pierwszym kwartale 2013 roku (73%), co piąty – w drugim kwartale (20%), a co dziesiąty – w trzecim kwartale (7%).

Wykres 12. Termin poinformowania o zmianach w wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych przez obecnego agenta rozliczeniowego



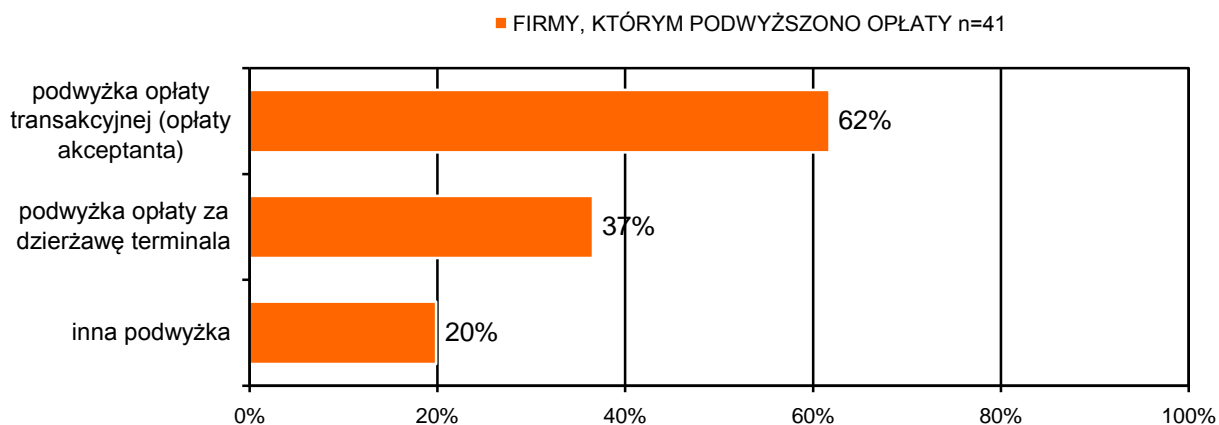
Zdecydowana większość przedsiębiorców, którym obniżono opłaty związane z akceptacją kart płatniczych przyznaje, że powodem tego stanu rzeczy była obniżka opłaty transakcyjnej (85%), a niemal co trzeci twierdzi, że obniżka dotyczyła opłaty za dzierżawę terminala (30%).

Wykres 13. Powody obniżki opłat związanych z akceptacją kart płatniczych



Ponad połowa przedsiębiorców, którym podwyższono opłaty związane z akceptacją kart płatniczych twierdzi, że przyczyną zmiany była podwyżka opłaty transakcyjnej (62%), a ponad co trzeci przyznaje, że podwyżka odnosiła się do opłaty za dzierżawę terminala (37%).

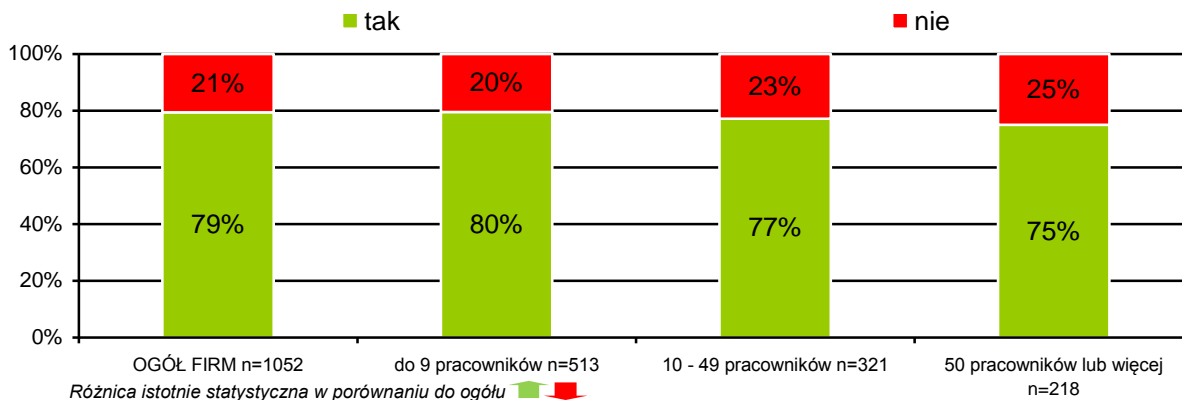
Wykres 14. Powody podwyżki opłat związanych z akceptacją kart płatniczych



#### 4.4. Poziom opłat transakcyjnych

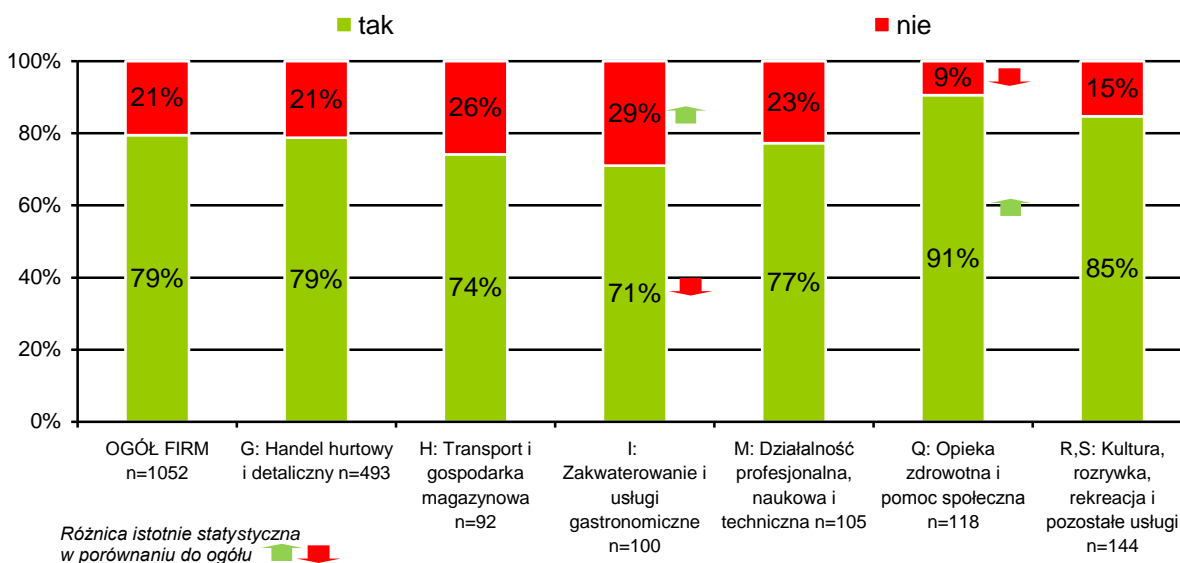
Według deklaracji zdecydowana większość przedsiębiorców ponosi jedną opłatę transakcyjną z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – tzw. stawkę jednolitą (79%). Wielkość przedsiębiorstwa nie różnicuje rodzaju ponoszonej opłaty w sposób istotny.

Wykres 15. Ponoszenie jednej opłaty transakcyjnej z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia



Największy odsetek przedsiębiorstw, którzy twierdzą, że mają stawkę jednolitą opłaty transakcyjnej z tytułu akceptacji kart jest wśród firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (91%) oraz kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (85%). Natomiast największy odsetek firm płacących zróżnicowane stawki za transakcje kartowe występuje w branży zakwaterowanie i usługi gastronomiczne (29%).

Wykres 16. Ponoszenie jednolitej opłaty transakcyjnej z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na branże



Według deklaracji przedsiębiorców średnia wysokość stawki jednolitej z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard wynosi 1,61%, a najniższa jest w firmach średnich i dużych (1,51%).

Tabela 6. Średnia wysokość stawki jednolitej wśród przedsiębiorców z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia

Średnia wysokość opłaty transakcyjnej	Ogół firm	Wielkość zatrudnienia		
		0 - 9 pracowników	10 – 49 pracowników	50 pracowników lub więcej
stawka jednolita	1,61%	1,61%	1,65%	1,51%

Przedsiębiorcy, którzy nie mają jednolitej stawki za akceptację kart płatniczych deklarują, że średnia wysokość opłaty transakcyjnej za przyjmowanie płatności kartą Visa wynosi 1,52%, podczas gdy opłata za akceptowanie karty MasterCard jest nieco wyższa – jej średnia wysokość wynosi 1,65%.

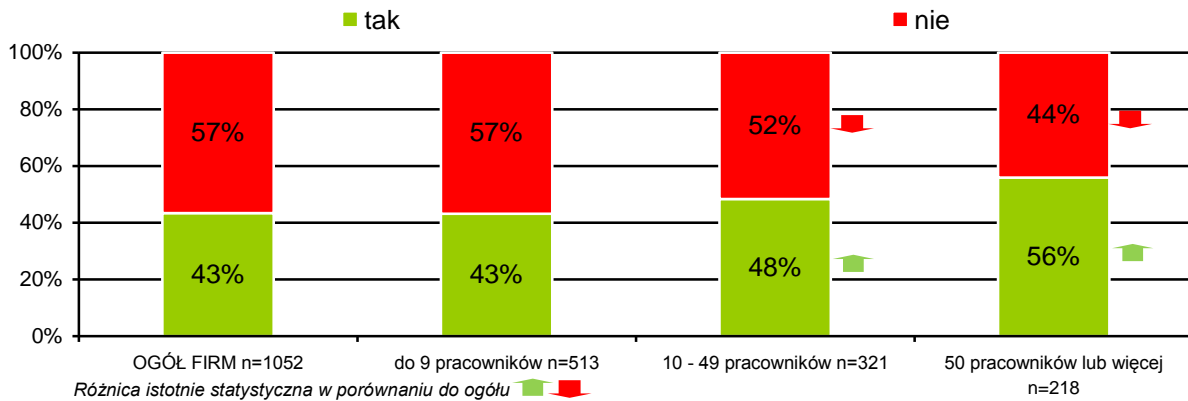
Tabela 7. Średni poziom opłaty transakcyjnej za przyjmowanie płatności kartą Visa i MasterCard, wśród przedsiębiorców niemających jednolitej stawki z tytułu akceptacji kart – w podziale na wielkość zatrudnienia

Średnia wysokość opłaty transakcyjnej	Ogół firm	Wielkość zatrudnienia		
		0 - 9 pracowników	10 – 49 pracowników	50 pracowników lub więcej
za przyjmowanie płatności kartą Visa	1,52%	1,52%	1,64%	1,52%
za przyjmowanie płatności kartą MasterCard	1,65%	1,65%	1,77%	1,54%

#### 4.5. Opinie o ustawie regulującej wysokość opłat

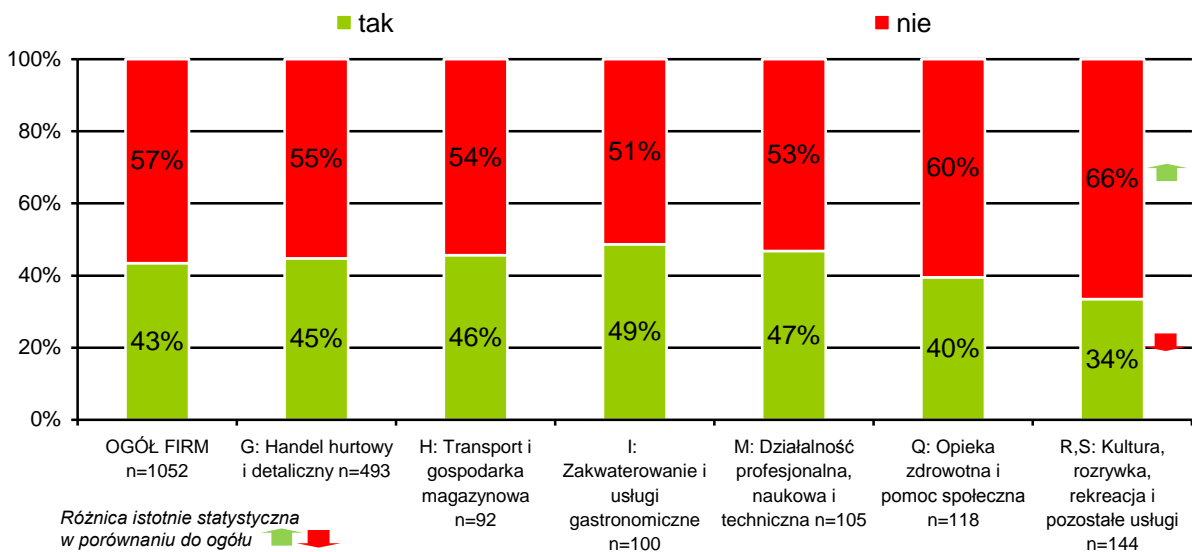
Niemal połowa firm słyszała o uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% (43%), jednak większości przedsiębiorców nadal nie jest ona znana (57%). Lepiej w tym zakresie poinformowane są firmy średnie i duże (56%), niż mikrofirmy (43%).

Wykres 17. Znajomość uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% – w podziale na wielkość zatrudnienia



Największa znajomość ustawy ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% występuje wśród przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (49%), a najmniejsza – wśród firm zajmujących się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (34%).

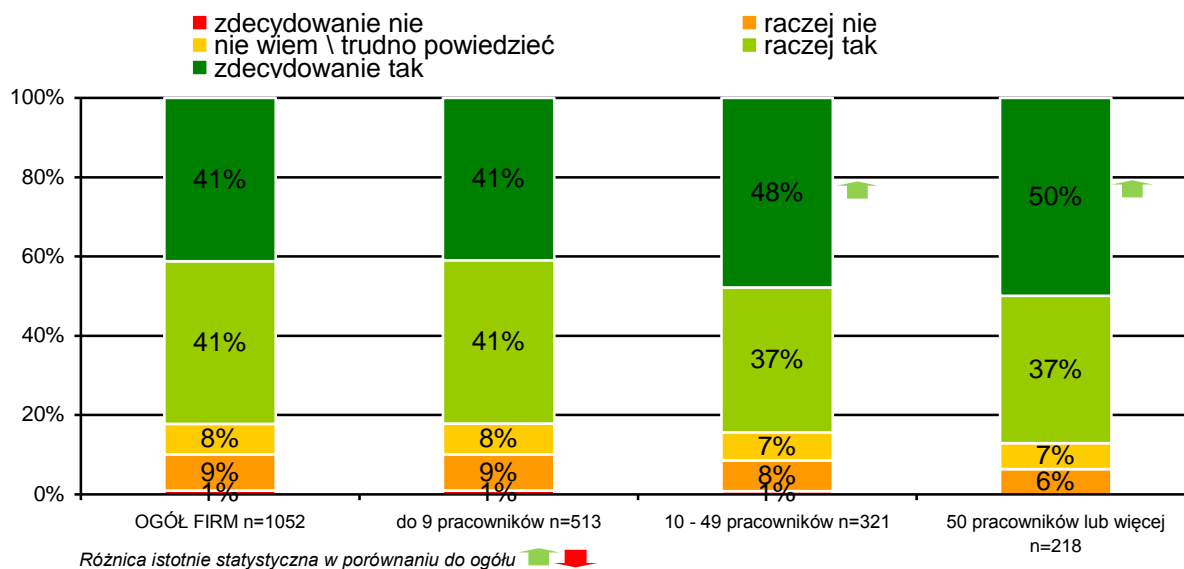
Wykres 18. Znajomość uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% – w podziale na branże





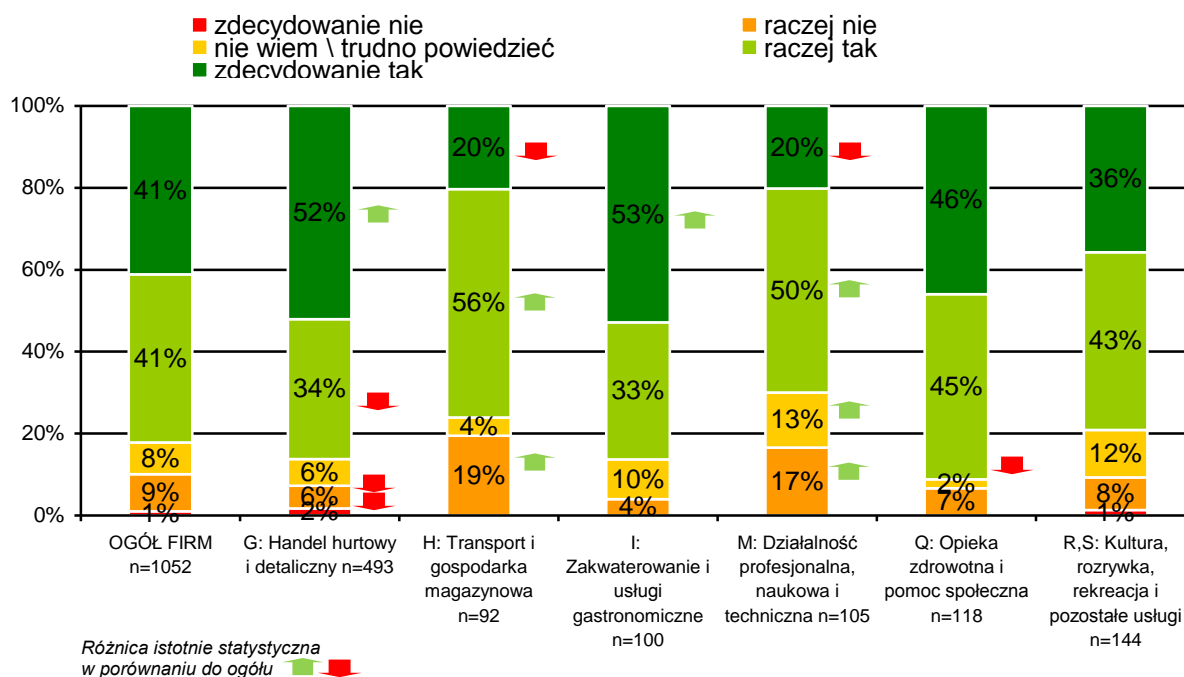
Zdecydowana większość przedsiębiorców jest zdania, że ustawowa obniżka opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. będzie korzystna i wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard (82%).

Wykres 19. Opinia na temat ustawowej obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – czy jest korzystna i czy wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia



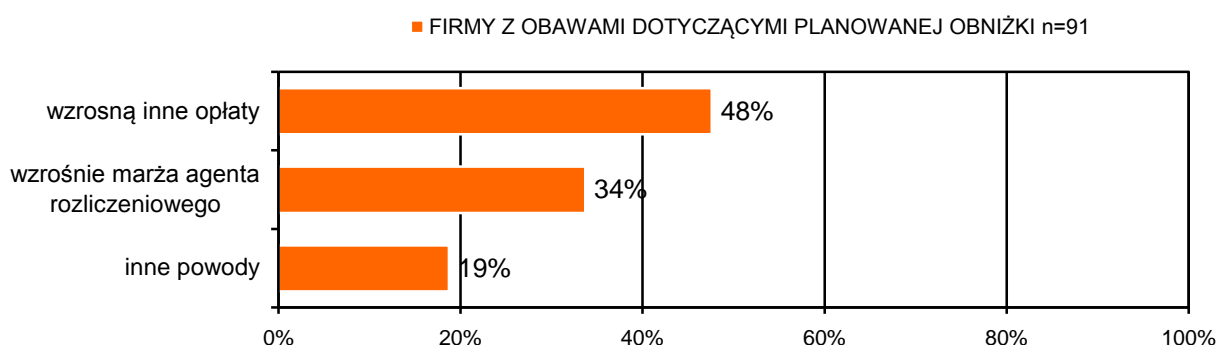
Planowaną obniżkę opłat interchange (ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.) najchętniej przyjęliby przedsiębiorcy zajmujący się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (91%), handlem hurtowym i detalicznym (86%), zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (86%) – zdecydowana większość z nich uważa, że obniżka ta będzie korzystna i pozytywnie wpłynie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard.

Wykres 20. Opinia na temat ustawowej obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – czy jest korzystna i czy wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard – w podziale na branże



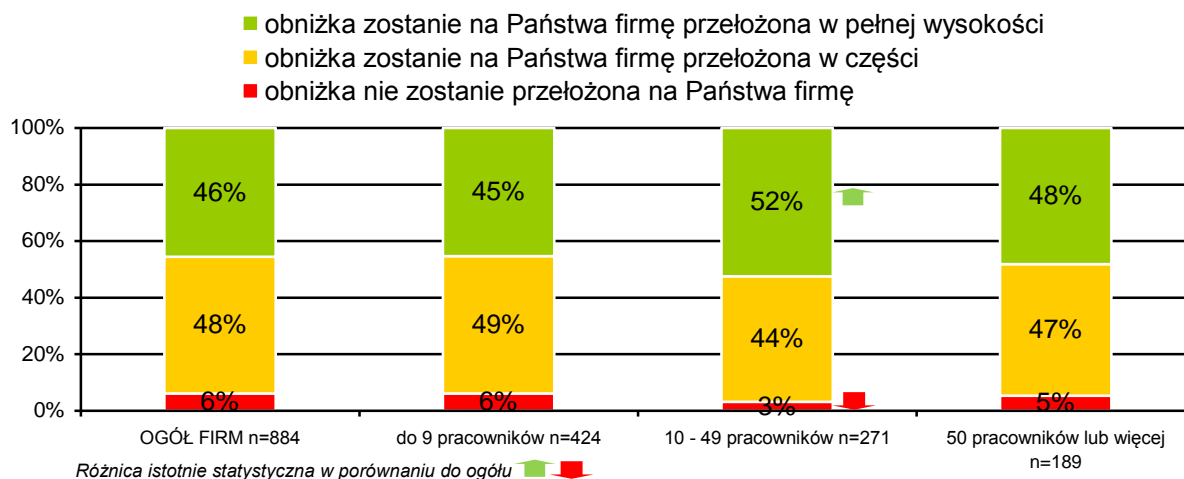
Przedsiębiorcy, którzy uważają, że planowana obniżka opłat interchange może nie wpłynąć pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych, najczęściej twierdzili, że obawiają się wzrostu opłat nakładanych przez organizacje płatnicze niezwiązanych z marżą agenta rozliczeniowego (48%).

Wykres 21. Obawy związane z planowaną obniżką opłat interchange (ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.)



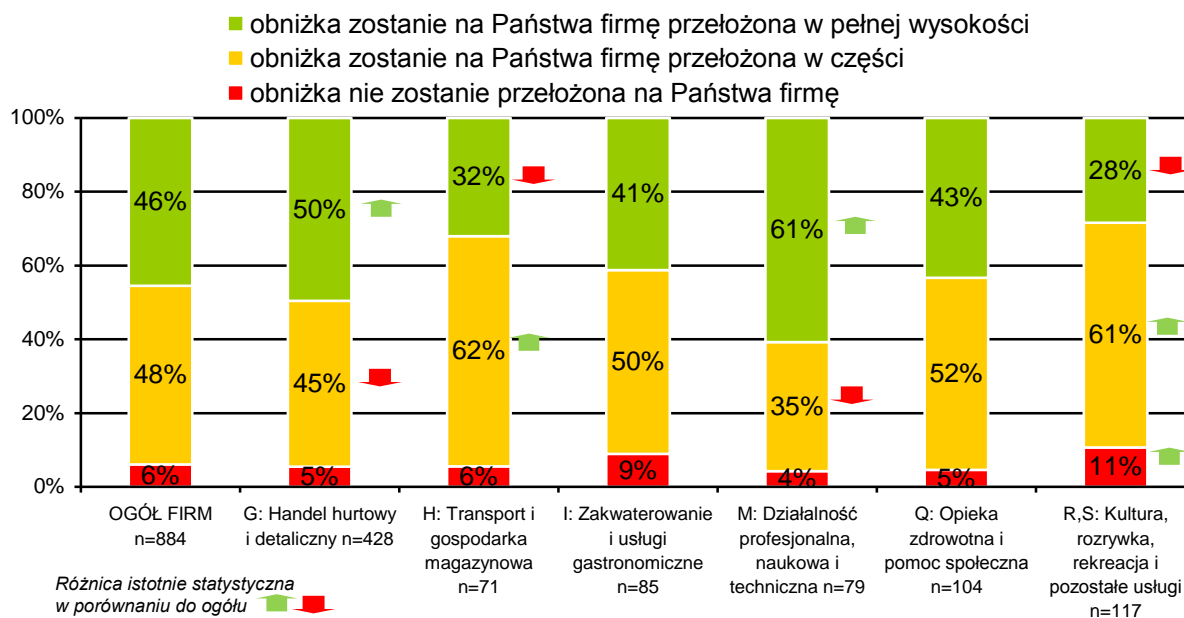
Największy odsetek przedsiębiorców oceniających, że wprowadzenie obniżki opłat interchange będzie korzystne i pozytywnie wpłynie na poziom kosztów akceptacji uważa jednak, że obniżka ta zostanie przełożona na ich firmy tylko w pewnej części (48%). Niemal połowa ma jednak nadzieję, że obniżka zostanie przełożona w pełnej wysokości (46%) – najbardziej optymistyczne w tym zakresie są małe firmy (52%). Są jednak i tacy przedsiębiorcy, którzy twierdzą, że obniżka w ogóle nie zostanie wprowadzona w przypadku ich firmy (6%).

Wykres 22. Ocena skuteczności wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.– w podziale na wielkość zatrudnienia



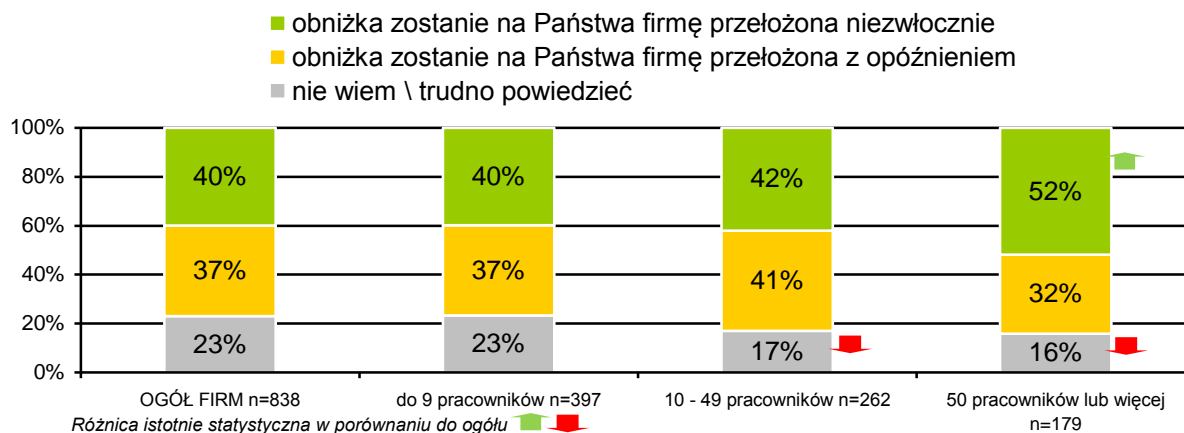
Największy odsetek optymistów – przedsiębiorców uważających, że obniżka zostanie przełożona na ich firmy w pełnej wysokości – zajmuje się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (61%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (50%). Natomiast największy odsetek pesymistów – przedsiębiorców uważających, że obniżka w ogóle nie zostanie wprowadzona w przypadku ich firmy – jest w branży zajmującej się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (11%).

Wykres 23. Ocena skuteczności wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – w podziale na branże



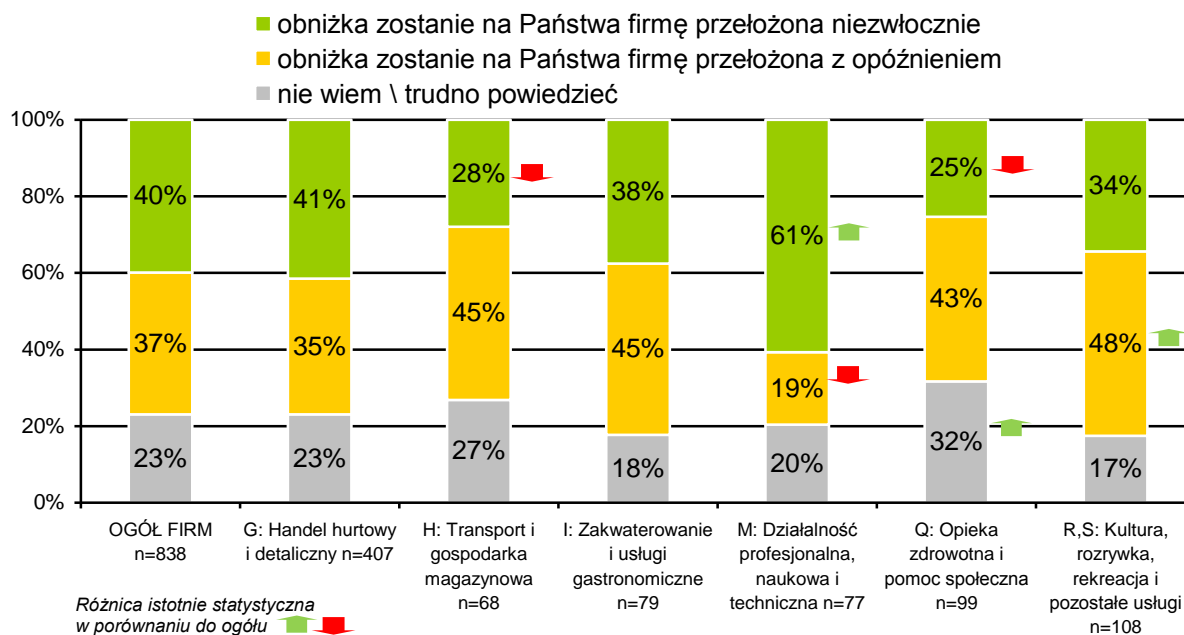
Niemal połowa przedsiębiorców uważających, że obniżka zostanie przełożona na ich firmę w pełnej wysokości lub w jakiejś jej części twierdzi, że nastąpi to niezwłocznie (40%) – najbardziej optymistyczni w tym zakresie są przedsiębiorcy ze średnich i dużych firm (52%). Ponad co trzecia firma jest jednak zdania, że obniżka może zostać na nich nałożona z pewnym opóźnieniem (37%).

Wykres 24. Opinie na temat terminu wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – w podziale na wielkość zatrudnienia



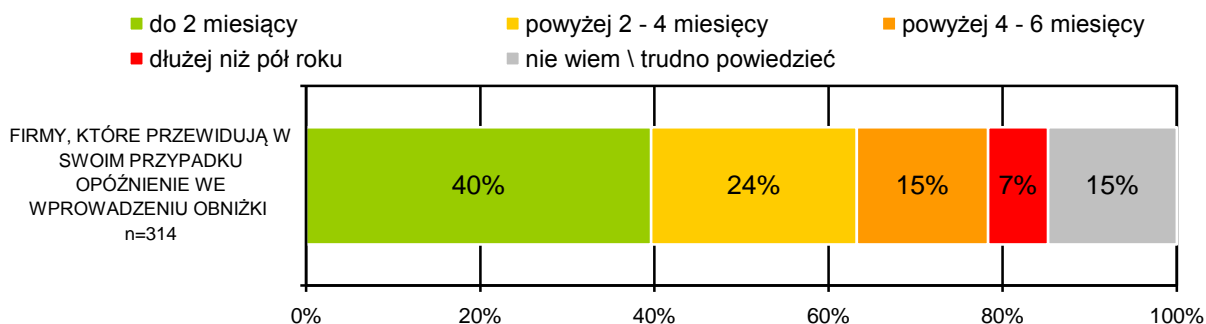
Największy odsetek firm wierzących w to, że w ich przypadku obniżka zostanie wprowadzona natychmiast – jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (61%), natomiast największy odsetek przedsiębiorców uważających, że z obniżki będą mogli korzystać z pewnym opóźnieniem jest z branży zajmującej się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (48%).

Wykres 25. Opinie na temat terminu wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – w podziale na branże



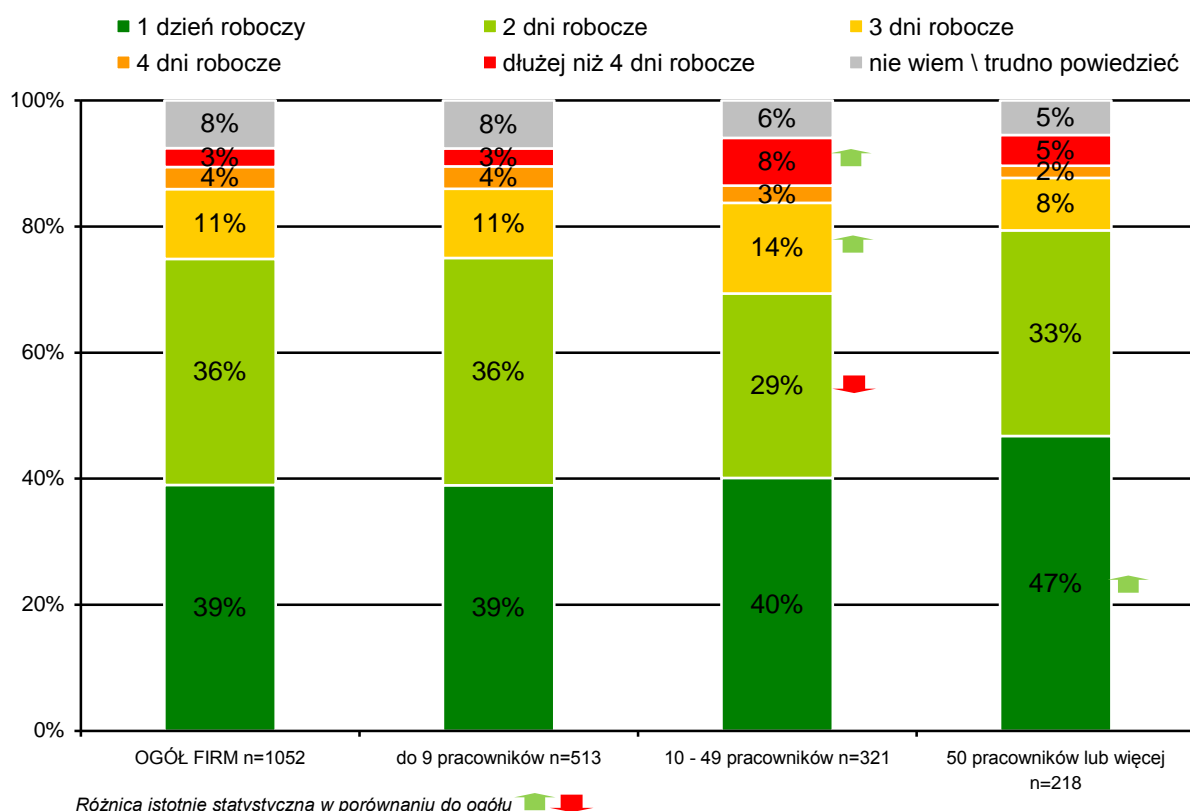
Przedsiębiorcy przewidujący opóźnienie we wprowadzeniu obniżki opłaty interchange najczęściej twierdzą, że powinno ono trwać nie dłużej niż 2 miesiące (40%), a prawie dwie trzecie jest zdania, że proces ten generalnie powinien zamknąć się w okresie 4 miesięcy (64%).

Wykres 26. Przewidywane opóźnienie przełożenia obniżki na firmy przedsiębiorców – z ich punktu widzenia



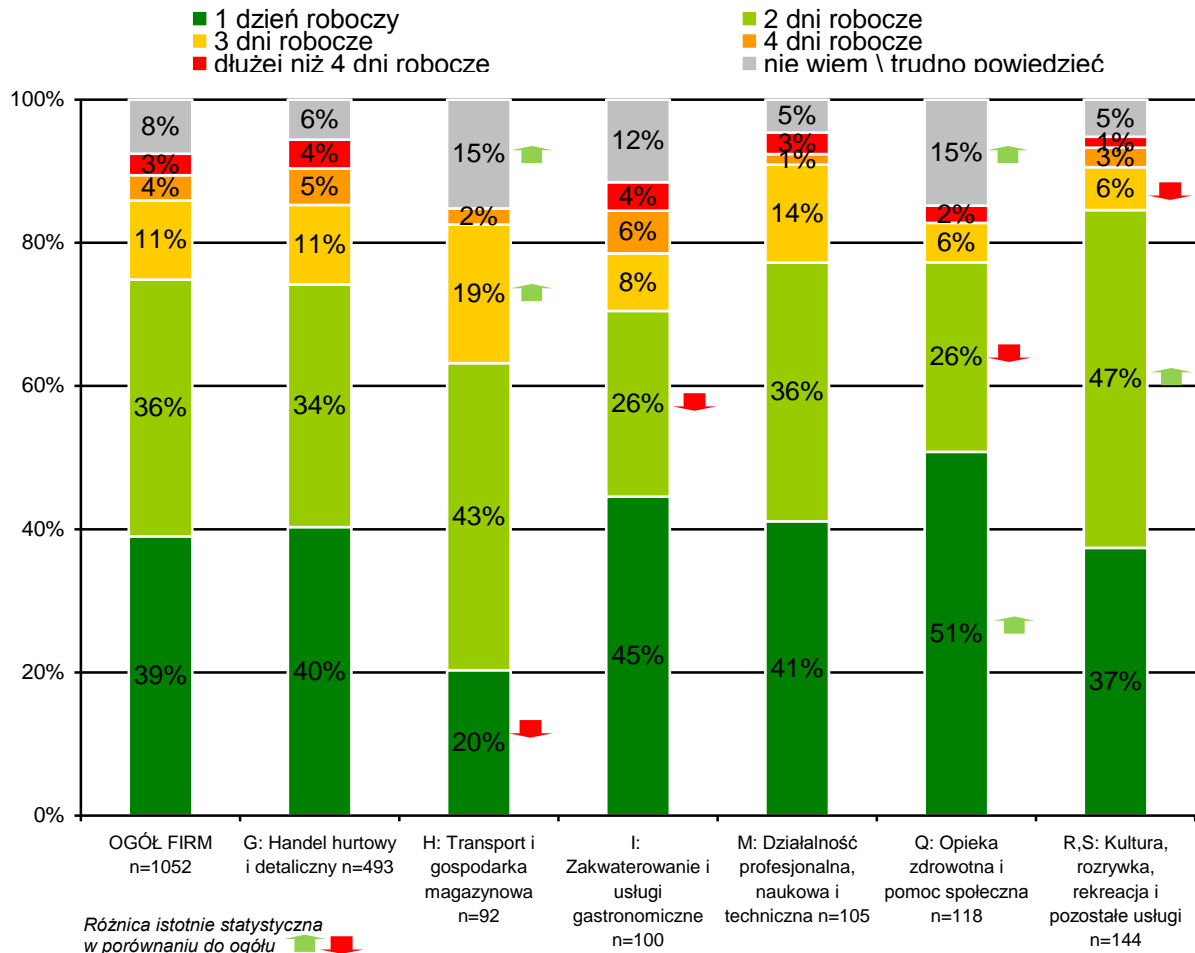
Zgodnie z deklaracjami u ponad co trzeciego przedsiębiorcy zaksięgowanie środków pieniężnych po dokonaniu transakcji następuje następnego dnia roboczego (39%), 36% przyznaje, że musi czekać 2 dni robocze na zaksięgowanie środków, jednak niemal co piąty musi czekać dłużej niż 2 dni robocze (18%). Z wydłużonym procesem księgowania istotnie częściej borykają się małe firmy.

Wykres 27. Czas jaki mija od momentu dokonania transakcji kartą do momentu zaksięgowania środków pieniężnych – w podziale na wielkość zatrudnienia



Według deklaracji na zaksięgowanie środków pieniężnych po dokonaniu transakcji najkrócej (1 dzień roboczy) czekają przedsiębiorcy zajmujący się opieką zdrowotną i opieką społeczną (51%) oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (45%). Proces ten najbardziej wydłuża się w branży transportowej i gospodarce magazynowej – w przypadku 20% z nich księgowanie środków następuje w ciągu jednego dnia roboczego, jednak 64% czeka na zaksięgowanie 2 dni robocze lub dłużej.

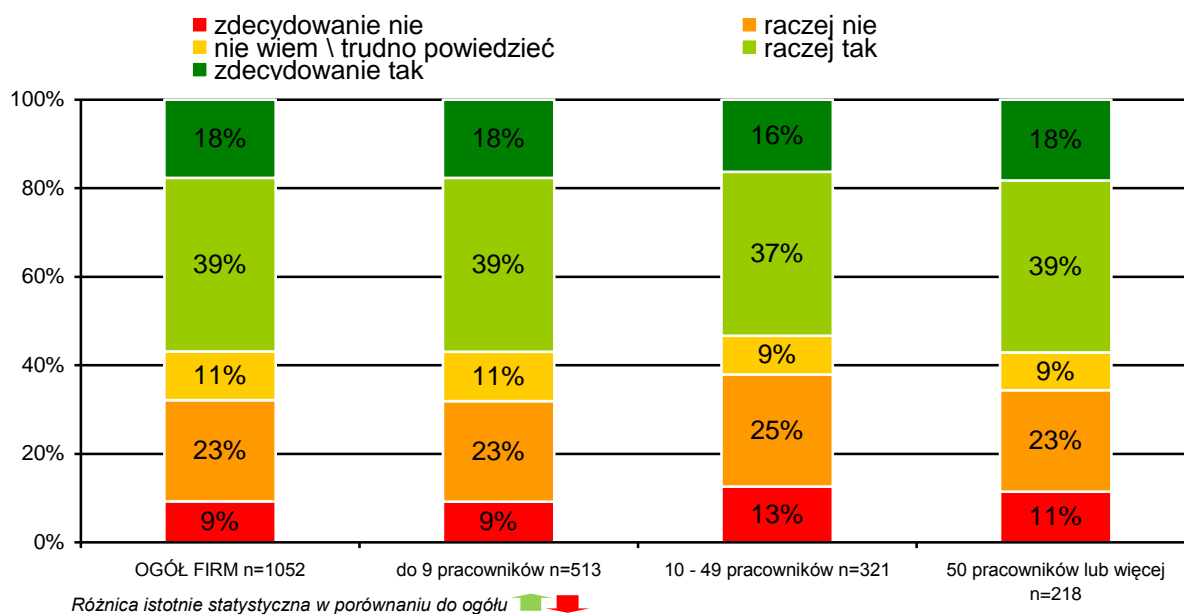
Wykres 28. Czas jaki mija od momentu dokonania transakcji kartą do momentu zaksięgowania środków pieniężnych – w podziale na branże



#### 4.6. Potencjał nowych instrumentów płatniczych i usług

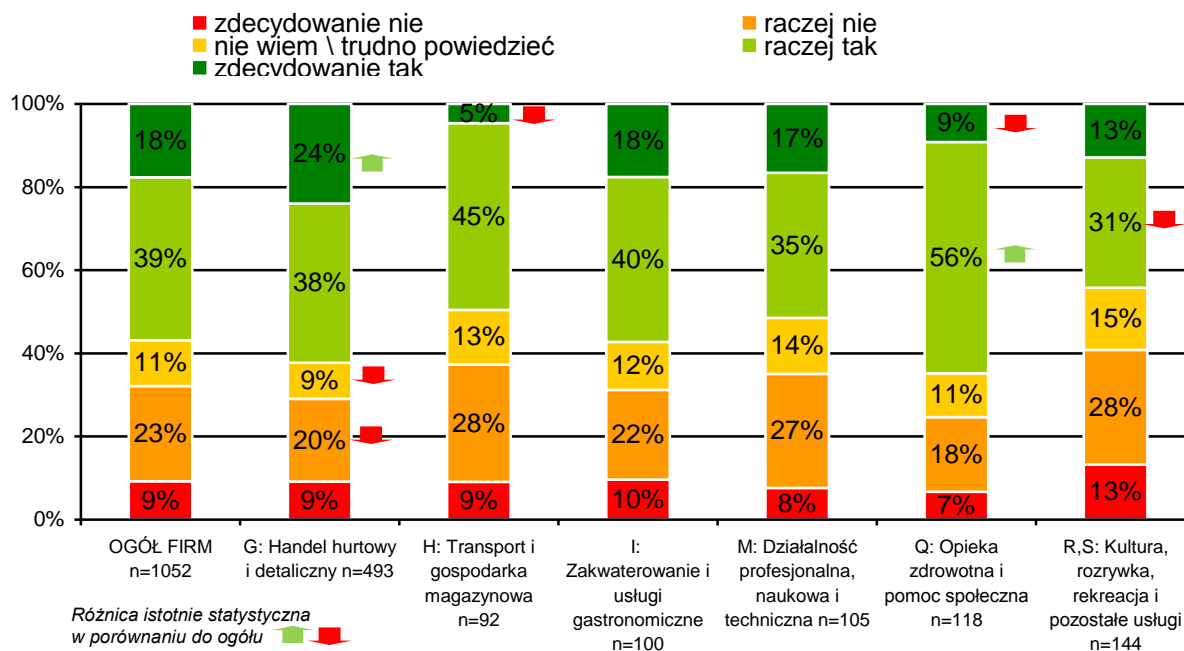
Ponad połowa przedsiębiorców byłaby zainteresowana nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach (opłata na poziomie 0,5% wartości transakcji) i dodatkowych korzyściach np. umożliwiającą płacenie telefonem komórkowym (57%).

Wykres 29. Zainteresowanie nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach i dodatkowych korzyściach (np. w standardzie płatności mobilnej telefonem komórkowym) – w podziale na wielkość zatrudnienia



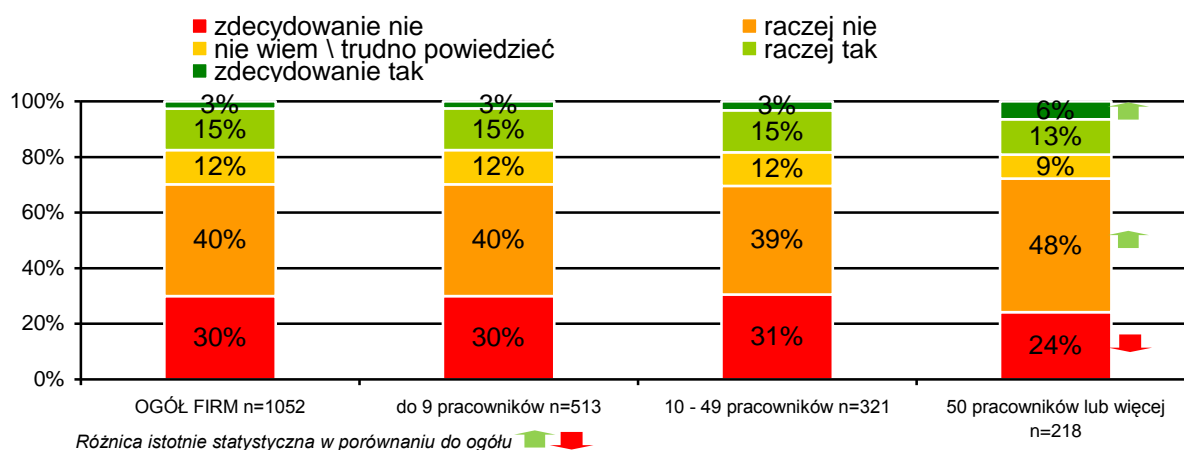
Nowe bezgotówkowe instrumenty płatnicze o niskich kosztach i dodatkowych korzyściach największym zainteresowaniem cieszą się w firmach zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (65%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (62%). Podczas gdy rozwiązanie to wydaje się być nieco mniej interesujące dla przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (50%).

Wykres 30. Zainteresowanie nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach i dodatkowych korzyściach (np. w standardzie płatności mobilnej telefonem komórkowym) – w podziale na branże



Przedsiębiorcy raczej nie są skłonni ponosić wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z dodatkowych usług związanych z instrumentem płatniczym, jak np. programy zniżkowo-rabatowe, kupony promocyjne, usługi marketingowe, informacje i raporty na temat zachowań konsumentów – takim rozwiązaniem zainteresowanych jest 18% firm, podczas gdy 70% raczej nie byłaby chętna z tego skorzystać.

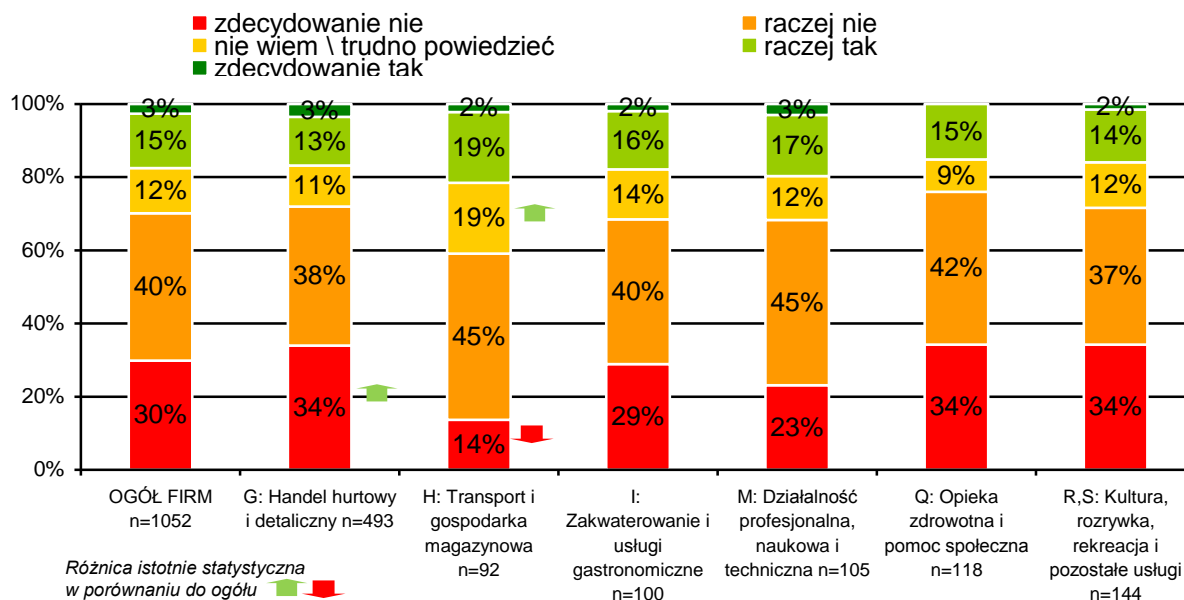
Wykres 31. Skłonność do ponoszenia wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z usług dodanych związanych z instrumentem płatniczym – w podziale na wielkość zatrudnienia





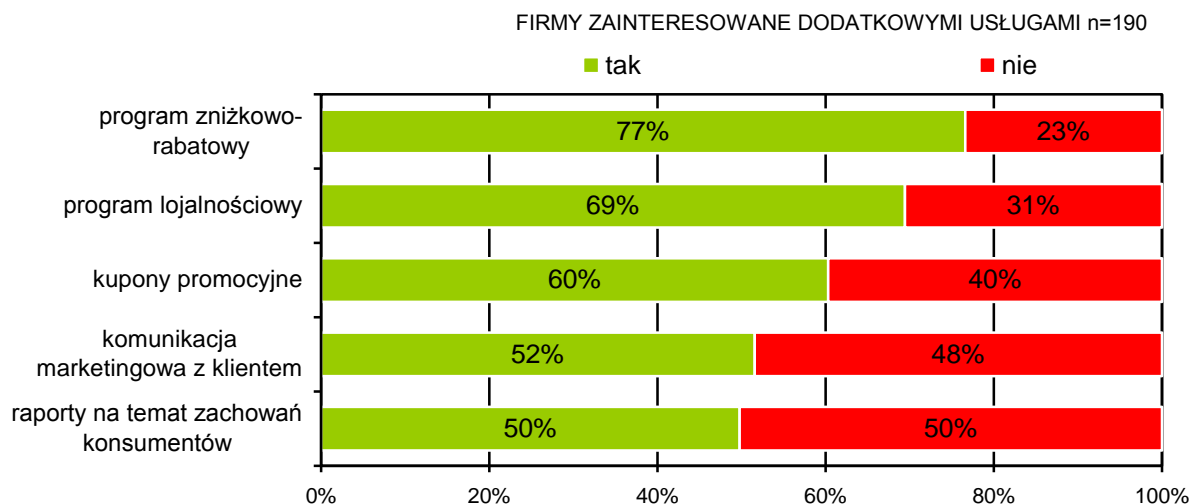
Chęć skorzystania z usług dodatkowych związanych z instrumentem płatniczym, które wiązałyby się z ponoszeniem wyższych kosztów akceptacji kart płatniczych najbardziej widoczna jest w wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (21%).

Wykres 32. Skłonność do ponoszenia wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z usług dodanych związanych z instrumentem płatniczym – w podziale na branże



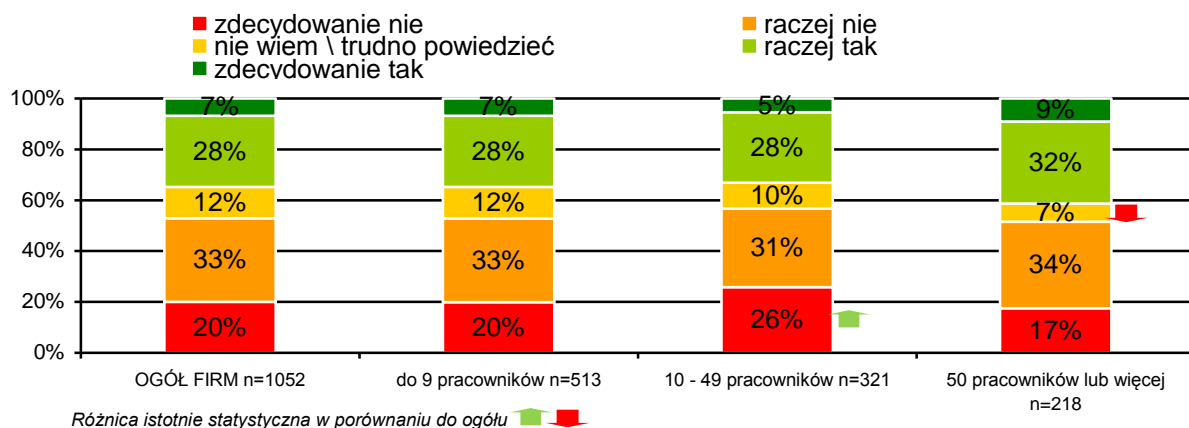
Wśród dodatkowych usług związanych z nowymi instrumentami płatniczymi (związanych z ponoszeniem dodatkowych kosztów), największym zainteresowaniem cieszą się programy zniżkowo-rabatowe (77%) oraz programy lojalnościowe (69%), natomiast najmniejszym – otrzymywanie raportów na temat zachowań konsumenckich (50%).

Wykres 33. Zainteresowanie dodatkowymi usługami związanymi z nowymi instrumentami płatniczymi



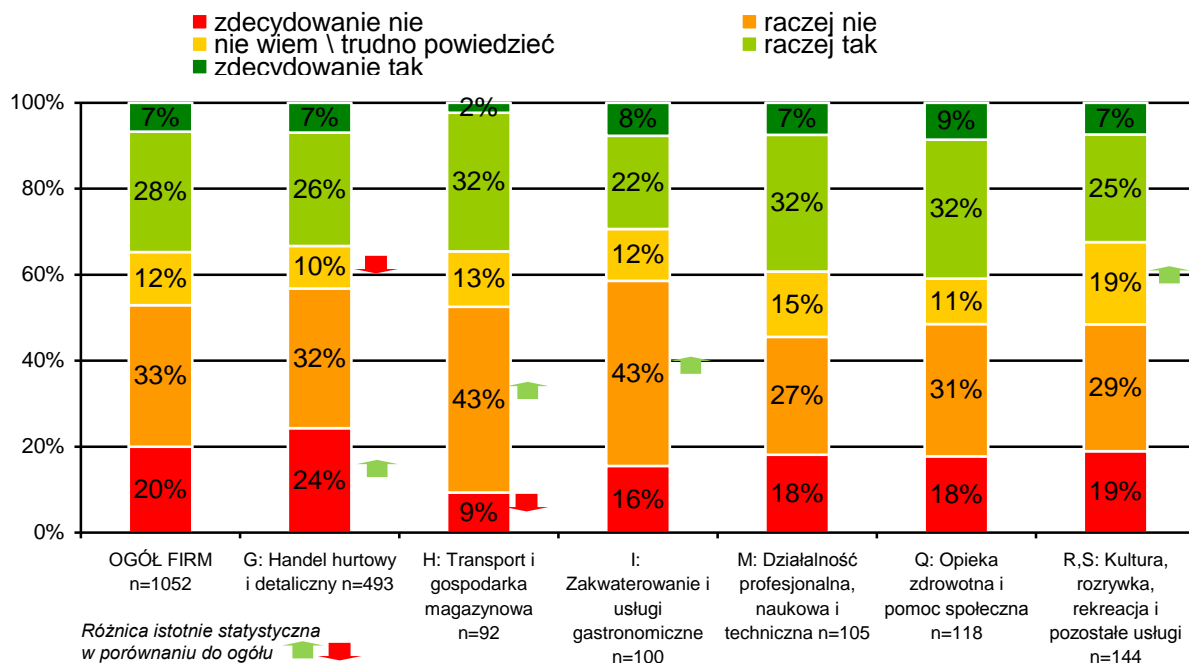
Ponad co trzeci przedsiębiorca zgodziłby się na modyfikację infrastruktury umożliwiającej wprowadzenie płatności dokonywanych telefonem komórkowym, nawet jeśli wiązałoby się to z koniecznością poniesienia pewnych kosztów (35%). Ponad połowa przyznała jednak, że nie byłaby zainteresowana taką opcją, nawet jeśli wysokość kosztów byłaby niewielka (53%). Najbardziej skore do ponoszenia kosztów związanych z modyfikacją infrastruktury pozwalającej na przyjmowanie płatności mobilnych są firmy średnie i duże (41%).

Wykres 34. Skłonność do ponoszenia niewielkich kosztów związanych z modyfikacją infrastruktury, niezbędnej do rozpoczęcia przyjmowania płatności telefonem komórkowym – w podziale na wielkość zatrudnienia



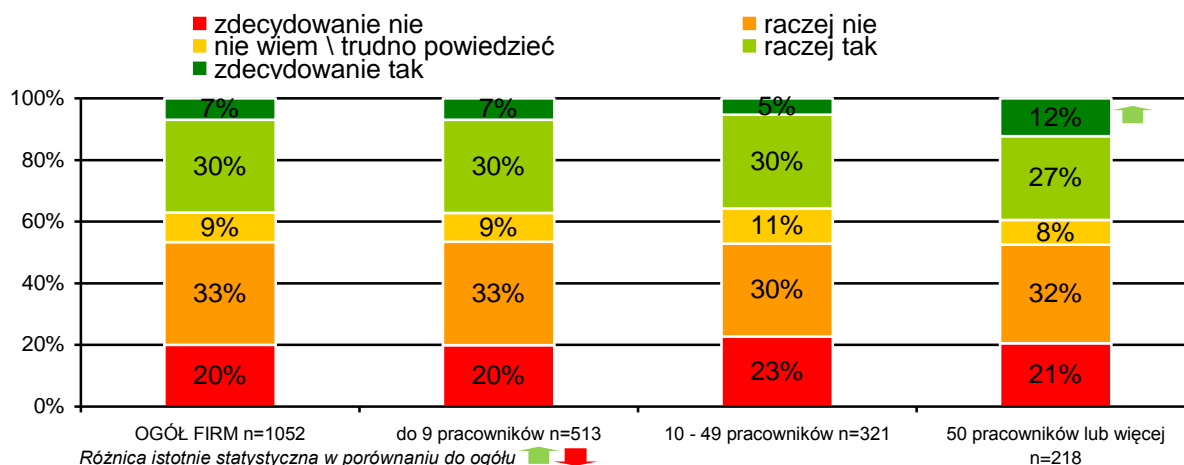
Modyfikacją obecnej infrastruktury, celem umożliwienia przyjmowania płatności mobilnych, najbardziej zainteresowani są przedsiębiorcy zajmujący się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (41%) oraz działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (39%).

Wykres 35. Skłonność do ponoszenia niewielkich kosztów związanych z modyfikacją infrastruktury, niezbędnej do rozpoczęcia przyjmowania płatności telefonem komórkowym – w podziale na branże



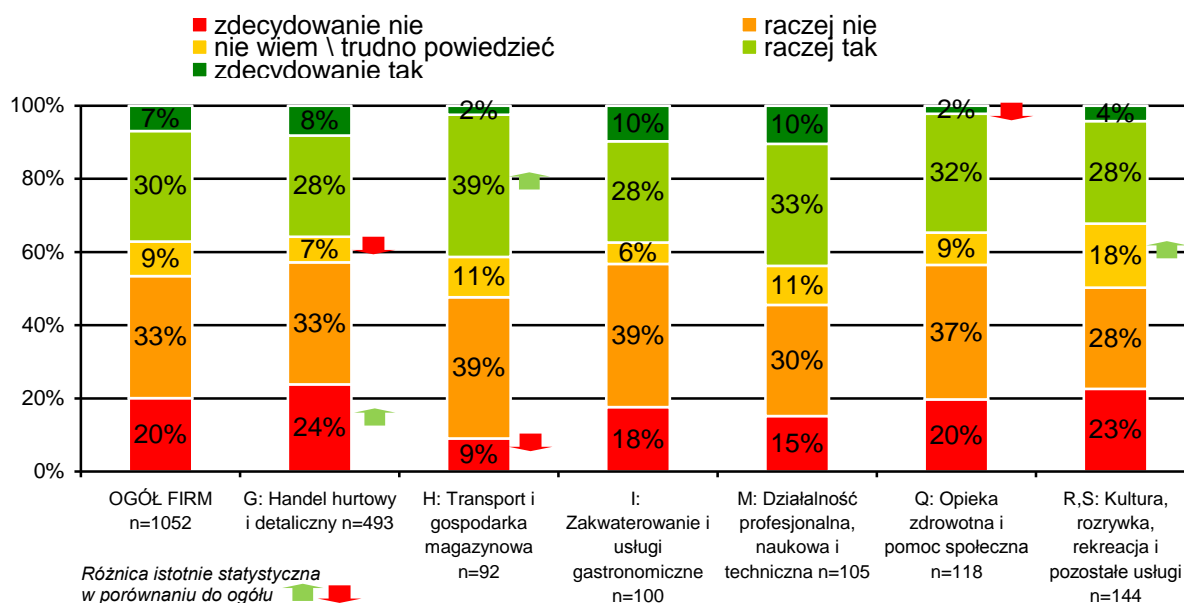
Ponad co trzeci przedsiębiorca chciałby przyjmować płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoich urządzeniach przenośnych, takich jak telefon komórkowy, tablet, mPOS (37%). Ponad połowa nie jest jednak zainteresowana aplikacją o takich funkcjonalnościach (53%).

Wykres 36. Zainteresowanie przyjmowaniem płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoim urządzeniu przenośnym – w podziale na wielkość zatrudnienia



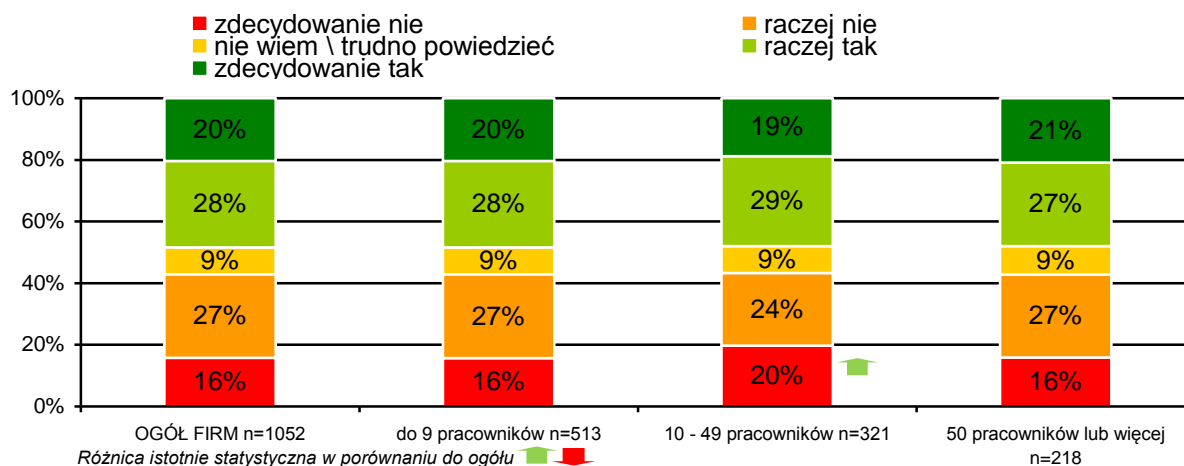
Największe zainteresowanie przyjmowaniem płatności w wykorzystaniem aplikacji na swoich urządzeniach przenośnych jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (43%), którą to branżę cechuje najniższy poziom akceptacji kart płatniczych (5%).

Wykres 37. Zainteresowanie przyjmowaniem płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoim urządzeniu przenośnym – w podziale na branże



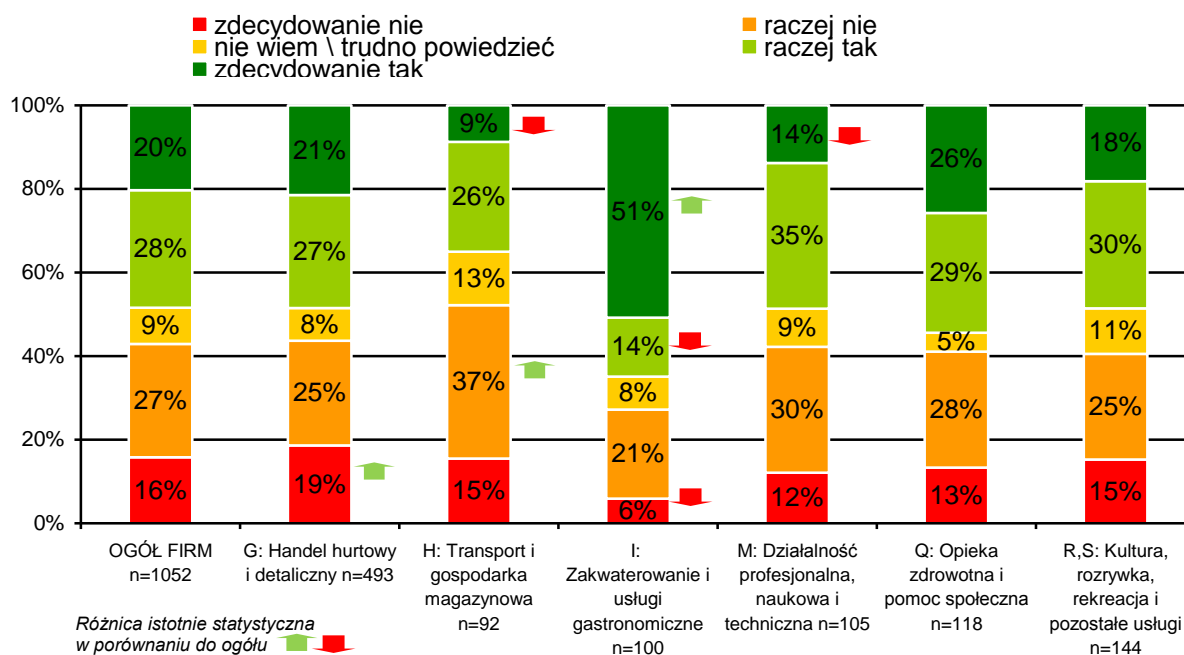
Niemal połowa przedsiębiorców byłaby skłonna zaoferować swoim klientom bezpłatny dostęp do internetu przez sieć wifi, umożliwiając klientom dokonywanie płatności telefonem komórkowym (48%) – podobny odsetek twierdzi jednak, że oferowanie klientom bezpłatnego dostępu do internetu może stanowić dla nich problem (43%).

Wykres 38. Możliwość oferowania swoim klientom bezpłatnego dostępu do internetu przez sieć wifi, celem umożliwienia płatności telefonem komórkowym – w podziale na wielkość zatrudnienia



Najbardziej chętni do udostępniania swoim klientom bezpłatnego dostępu do internetu (celem umożliwienia płatności mobilnych) są przedsiębiorcy zajmujący się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (65%), podczas gdy najmniej – firmy z branży transportowej i gospodarki magazynowej (35%).

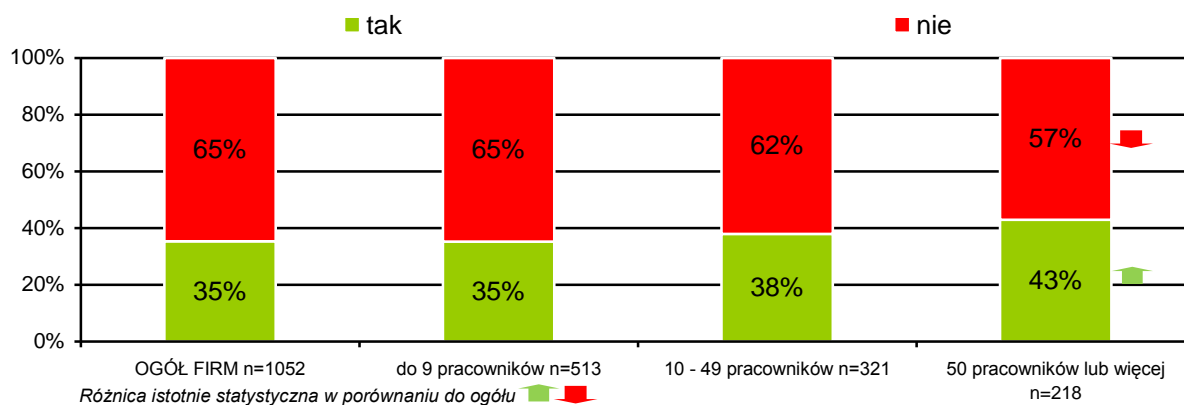
Wykres 39. Możliwość oferowania swoim klientom bezpłatnego dostępu do internetu przez sieć wi-fi, celem umożliwienia płatności telefonem komórkowym – w podziale na branże



#### 4.7. Opinie na temat kart American Express i Diners Club

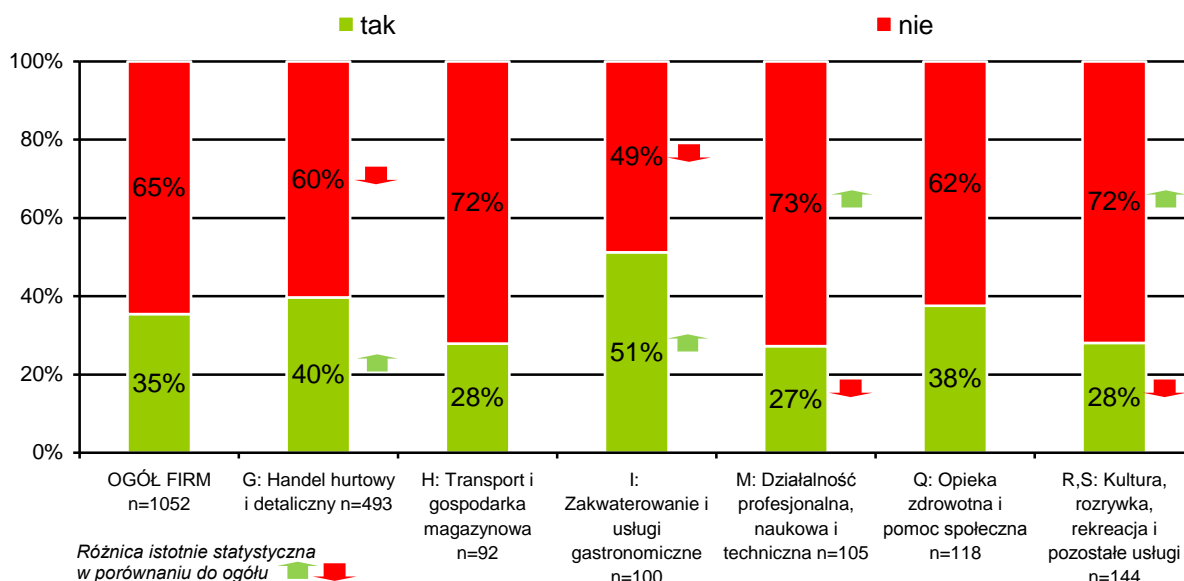
Większość przedsiębiorców twierdzi, że nie akceptuje płatności kartą American Express – AmEx (65%). Do akceptacji takich kart przyznaje się ponad co trzecia firma (35%). Największy odsetek przedsiębiorców deklarujących przyjmowanie tego typu kart jest wśród firm średnich i dużych (43%).

Wykres 40. Deklarowany poziom akceptacji American Express (AmEx) przez przedsiębiorców – w podziale na wielkość zatrudnienia



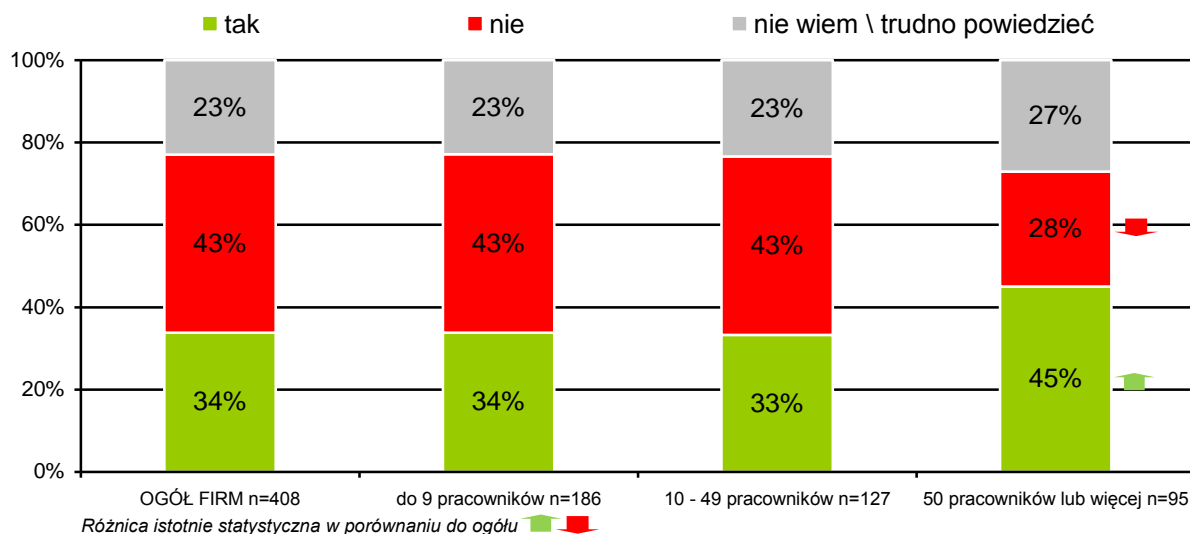
Przyjmowanie kart American Express nie jest dość popularne wśród przedsiębiorców – największy odsetek firm akceptujących takie karty jest wśród firm zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (51%), podczas gdy najmniejszy – w firmach prowadzących działalność profesjonalną, naukową i techniczną (27%) oraz zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (28%).

Wykres 41. Deklarowany poziom akceptacji kart American Express (AmEx) przez przedsiębiorców – w podziale na branże



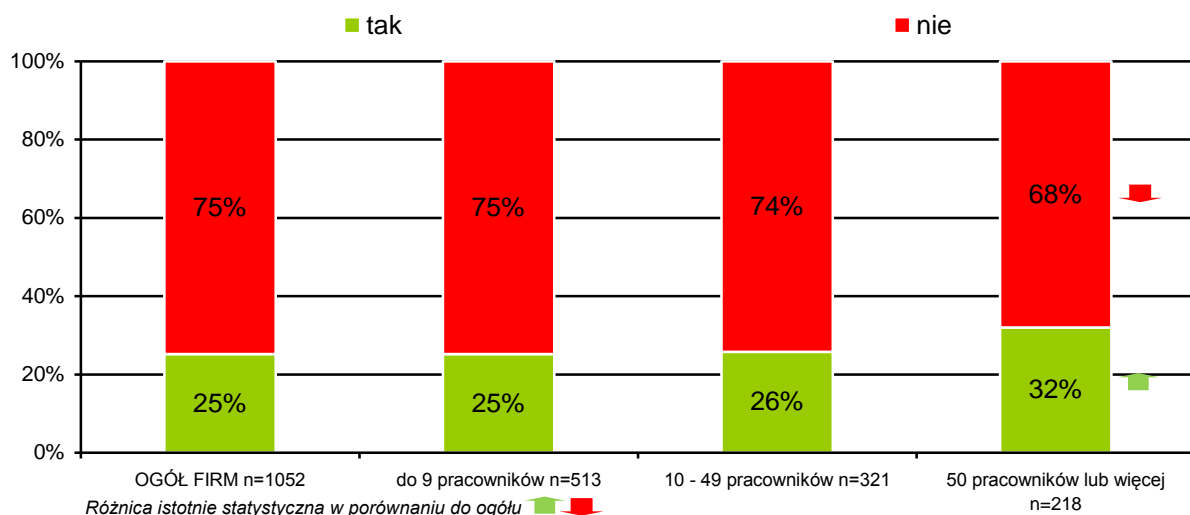
Co trzeci przedsiębiorca deklarujący akceptację kart American Express przyznaje, że miał możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu płatności kartą AmEx (34%). Największy odsetek przedsiębiorców, którzy mogli podejmować się takich negocjacji znajduje się wśród firm średnich i dużych (45%).

Wykres 42. Możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu akceptacji kart American Express – w podziale na wielkość zatrudnienia



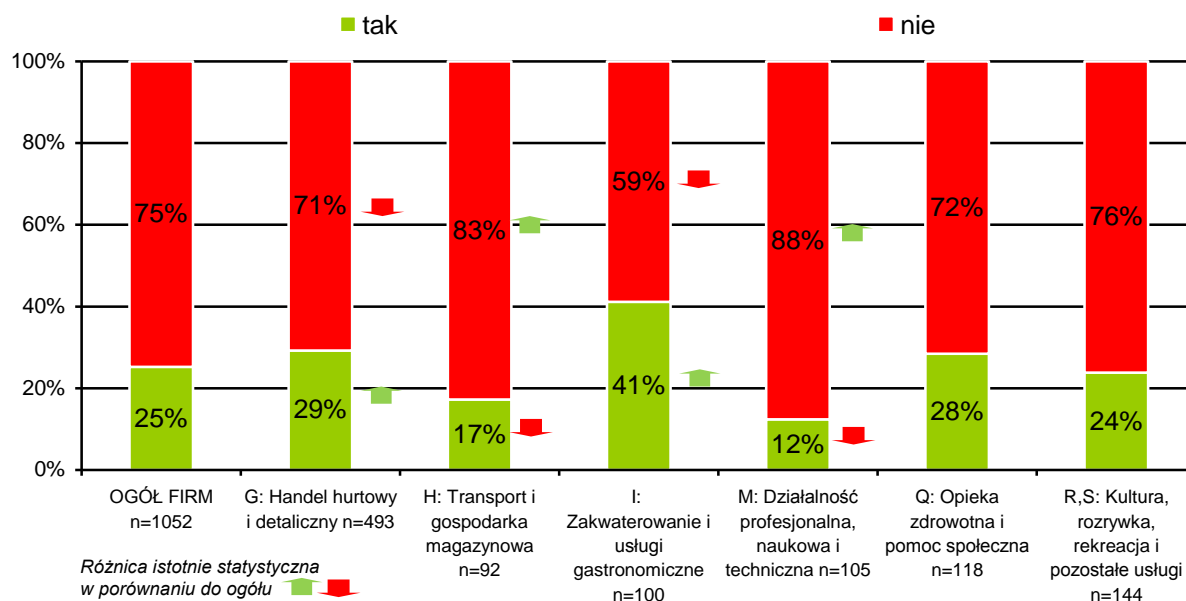
Według deklaracji akceptowanie karty Diners Club jest mniej popularne niż akceptowanie American Express (25% do 35%). Karty Diners Club najczęściej przyjmowane są przez firmy średnie i duże (32%).

Wykres 43. Deklarowany poziom akceptacji Diners Club przez przedsiębiorców – w podziale na wielkość zatrudnienia



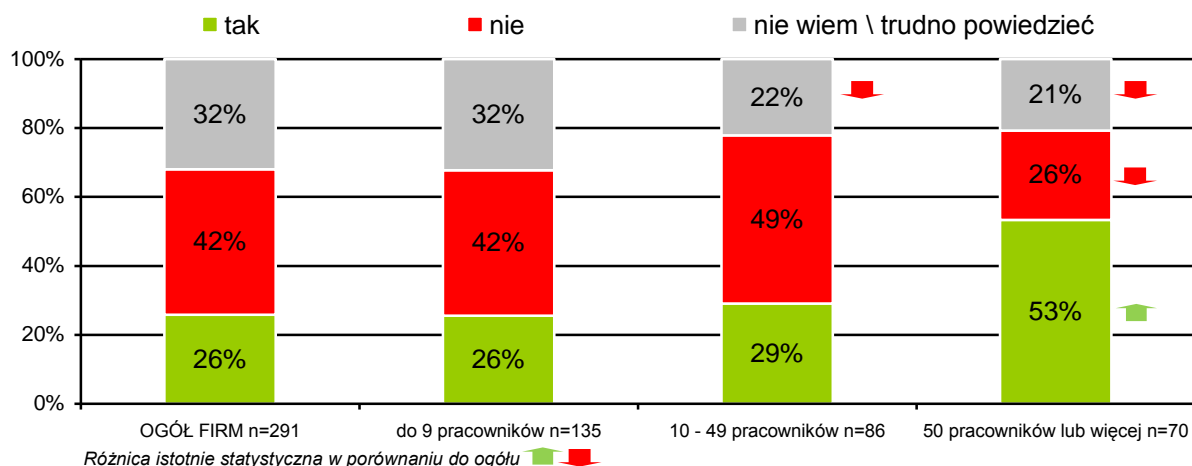
Karty Diners Club najczęściej akceptowane są przez przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (41%), a najrzadziej przez trudniących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (12%) oraz transportem i gospodarką magazynową (17%).

Wykres 44. Deklarowany poziom akceptacji Diners Club przez przedsiębiorców – w podziale na branże



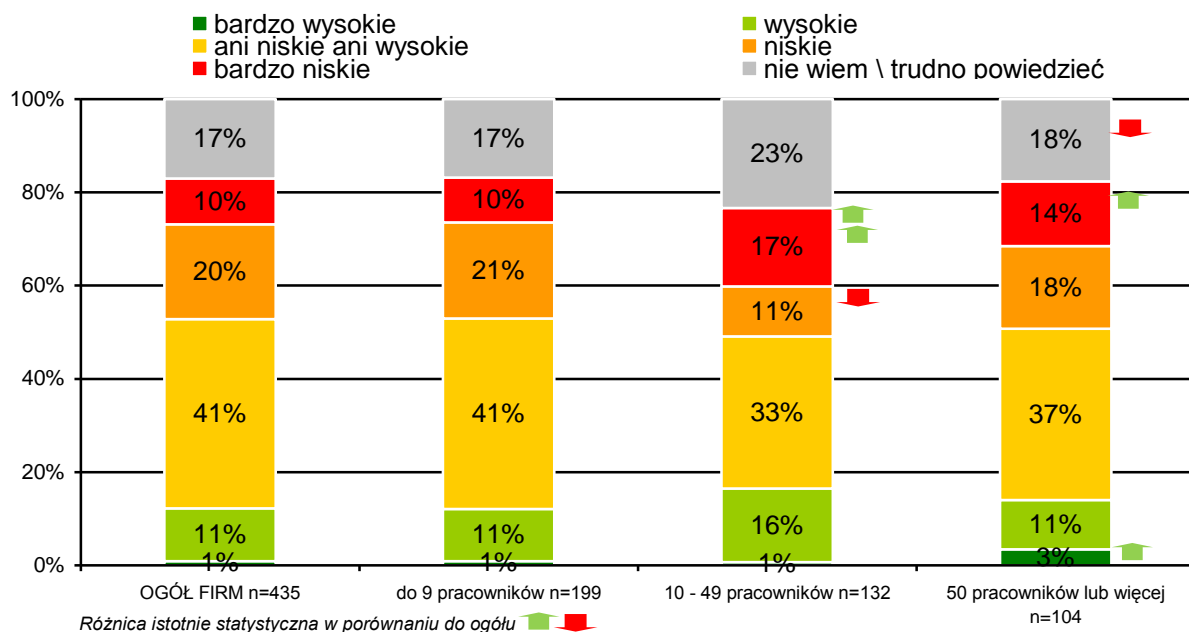
Co czwarty przedsiębiorca akceptujący karty Diners Club miał możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu płatności tą kartą (26%). Największy odsetek przedsiębiorców mających taką możliwość jest wśród firm średnich i dużych (53%).

Wykres 45. Możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu akceptacji kart Diners Club – w podziale na wielkość zatrudnienia



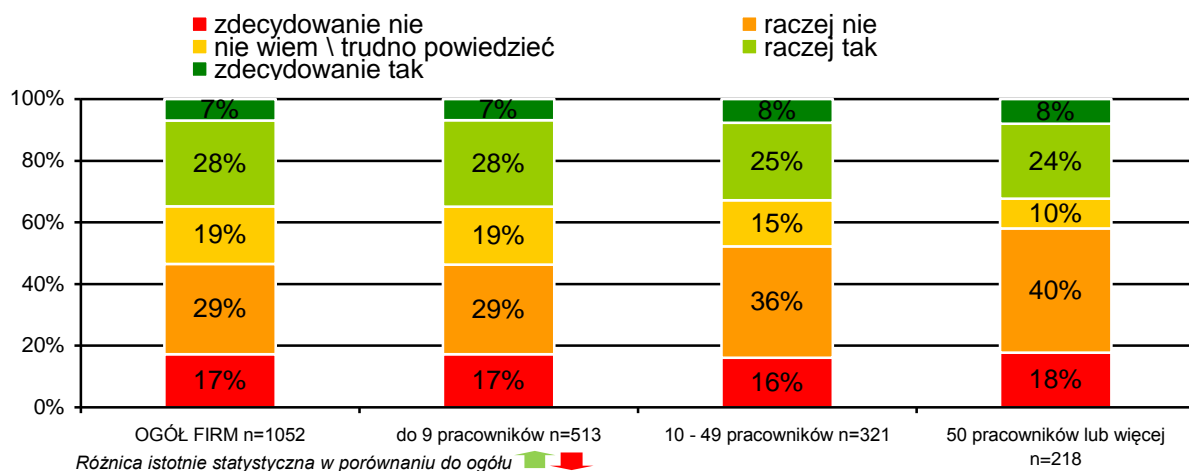
Zdecydowana większość przedsiębiorca akceptujący płatności kartą Diners Club lub AmEx nie widzi wysokich korzyści związanych z akceptacją kart systemów trójstronnych (88%).

Wykres 46. Postrzeganie korzyści z akceptacji kart systemów trójstronnych Diners Club lub AmEx – w podziale na wielkość zatrudnienia



Ponad co trzeci przedsiębiorca chciałby mieć prawnie zapewnioną możliwość nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogimi kartami płatniczymi (35%), jednak niemal połowa nie byłaby zainteresowana tą opcją (46%). Taką możliwością najmniej zainteresowane są firmy średnie i duże (58%).

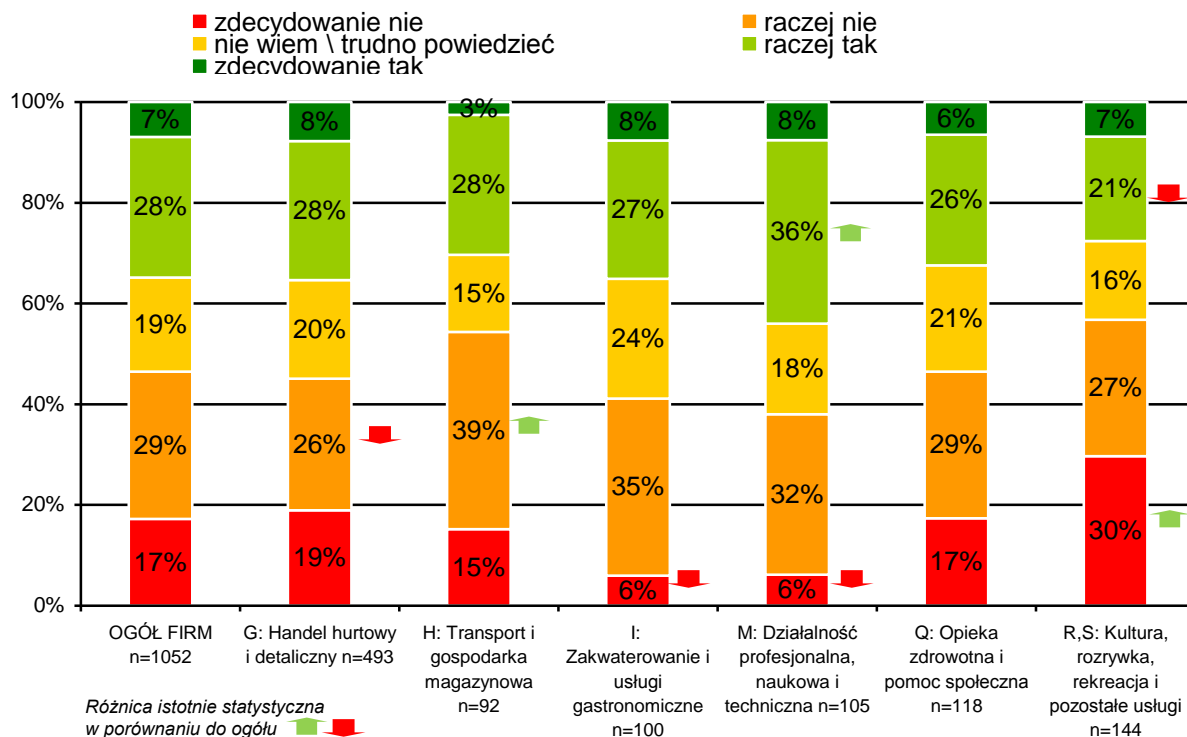
Wykres 47. Chęć posiadania prawnie zapewnionej możliwości nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogimi kartami płatniczymi – w podziale na wielkość zatrudnienia





Największe zainteresowanie możliwością nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogami kartami płatniczymi jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (44%), a najmniejsze wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (31%).

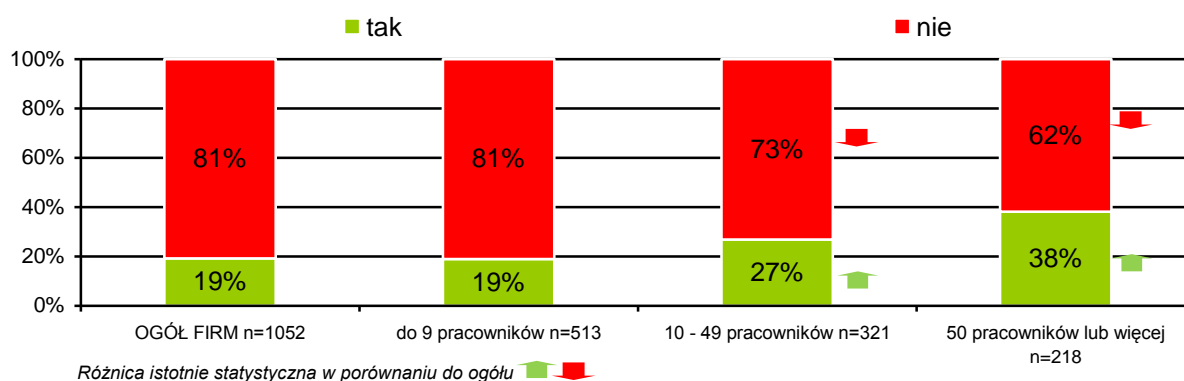
Wykres 48. Chęć posiadania prawnie zapewnionej możliwości nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogami kartami płatniczymi – w podziale na branże



#### 4.8. Reprezentowanie interesów przedsiębiorców przez organizacje branżowe

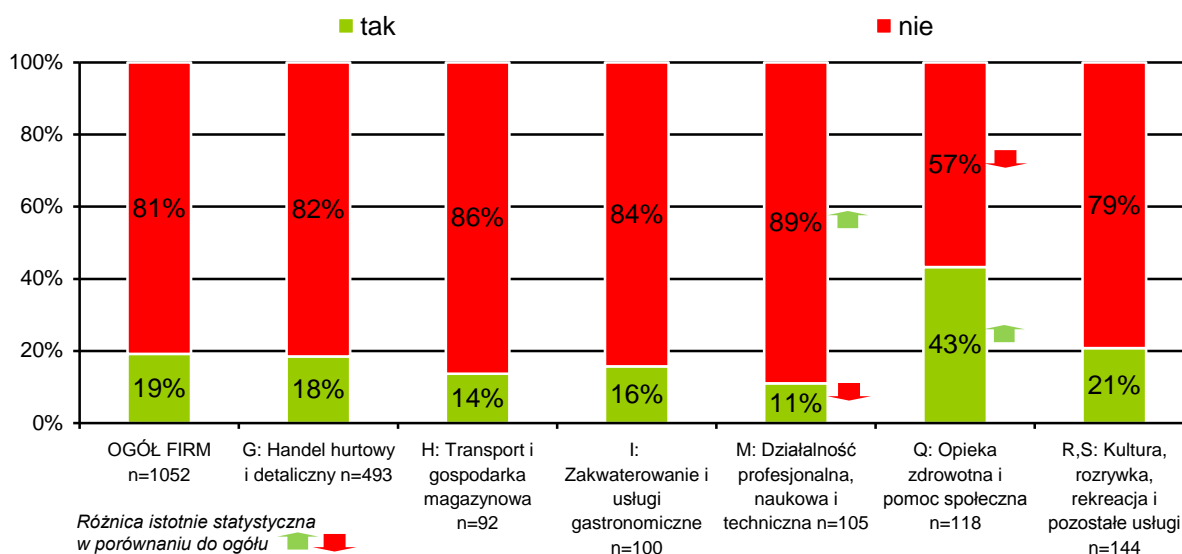
Niemal co piąta firma zrzeszona jest w jakiejś organizacji branżowej typu izba gospodarcza czy związek pracodawców (19%). W tego typu organizacjach jest niemal co piąta mikrofirma (19%), ponad co czwarta firma mała (27%) i ponad co trzecia firma średnia lub duża (38%).

Wykres 49. Zrzeszenie w organizacji branżowej (typu izba gospodarcza, związek pracodawców) – w podziale na wielkość zatrudnienia



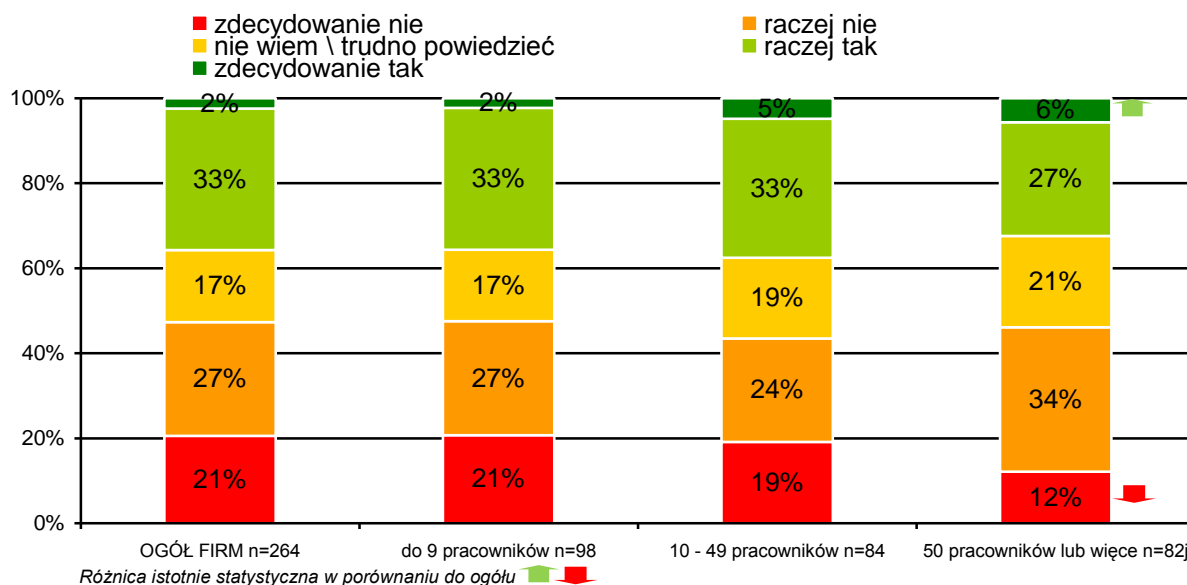
Największy odsetek przedsiębiorców zrzeszonych w organizacjach branżowych znajduje się wśród firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną – dotyczy to niemal połowy z nich (43%). Na tle pozostałych branży, w organizacjach tego typu najrzadziej zrzeszeni są przedsiębiorcy trudniący się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (11%).

Wykres 50. Zrzeszenie w organizacji branżowej (typu izba gospodarcza, związek pracodawców) – w podziale na branże



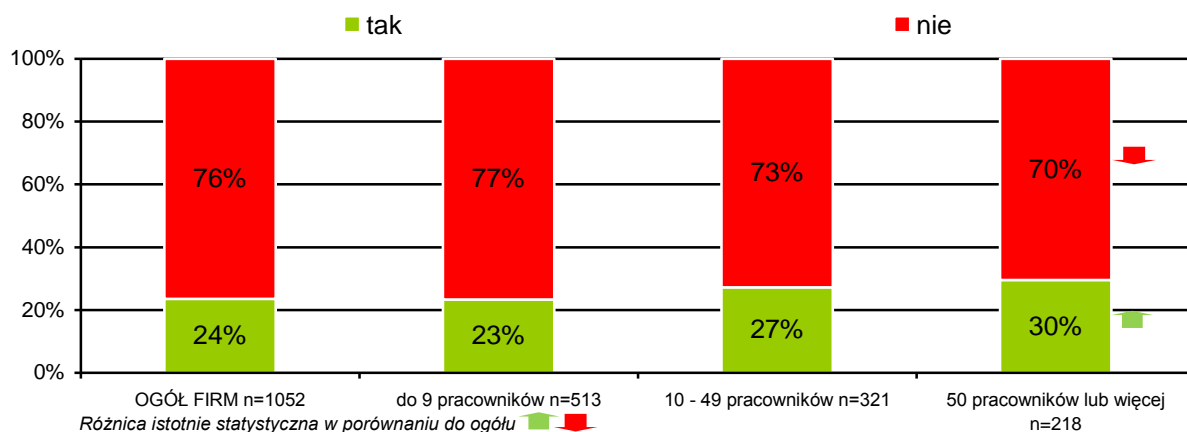
Wśród przedsiębiorców zrzeszonych w organizacjach branżowych niemal połowa jest zdania, że organizacje te niezbyt dobrze reprezentują interesy przedsiębiorców w zakresie kosztów obrotu kartowego i bezgotówkowego (48%), natomiast ponad co trzeci przedsiębiorca uważa, że organizacje dobrze działają w tym zakresie (35%).

Wykres 51. Odpowiednie reprezentowanie interesów przedsiębiorców w zakresie kosztów obrotu kartowego i bezgotówkowego przez organizacje, w której firma jest zrzeszona – w podziale na wielkość zatrudnienia



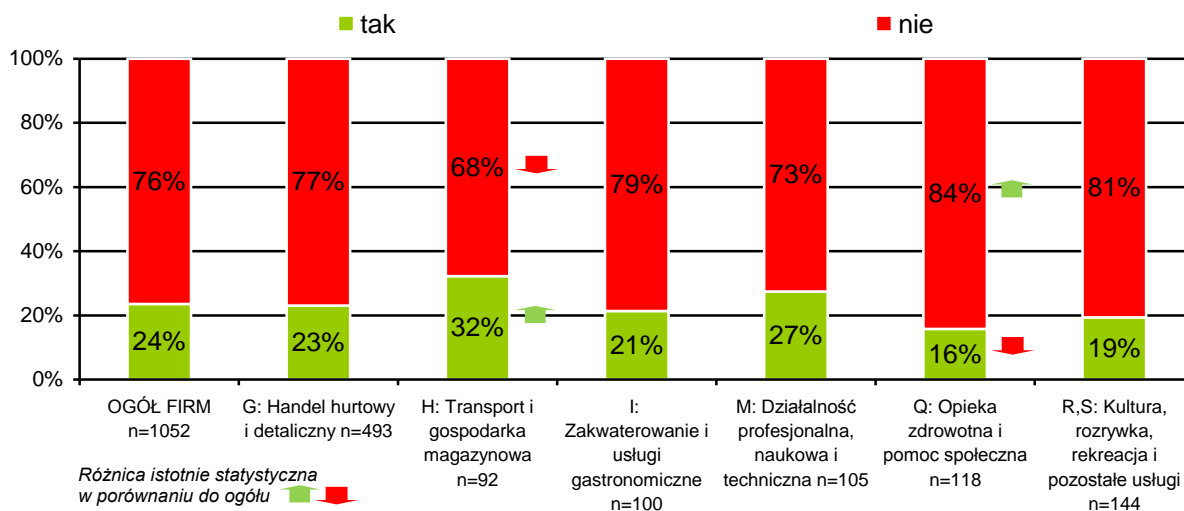
Blisko co czwarty przedsiębiorca słyszał do Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego (24%). Najbardziej jest ona znana przedstawicielom firm średnich i dużych (30%).

Wykres 52. Znajomość Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego – w podziale na wielkość zatrudnienia



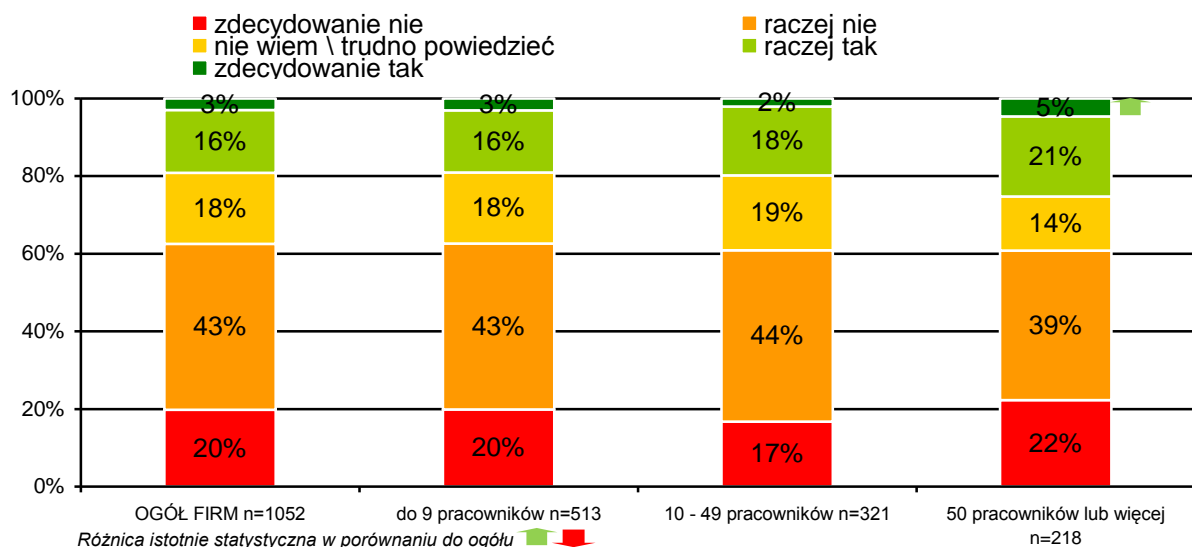
Znajomość Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego największa jest wśród przedstawicieli branży transportowej i gospodarki magazynowej (32%) oraz osób zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (27%), a najmniejsza – w kręgu firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (16%).

Wykres 53. Znajomość Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego – w podziale na branże



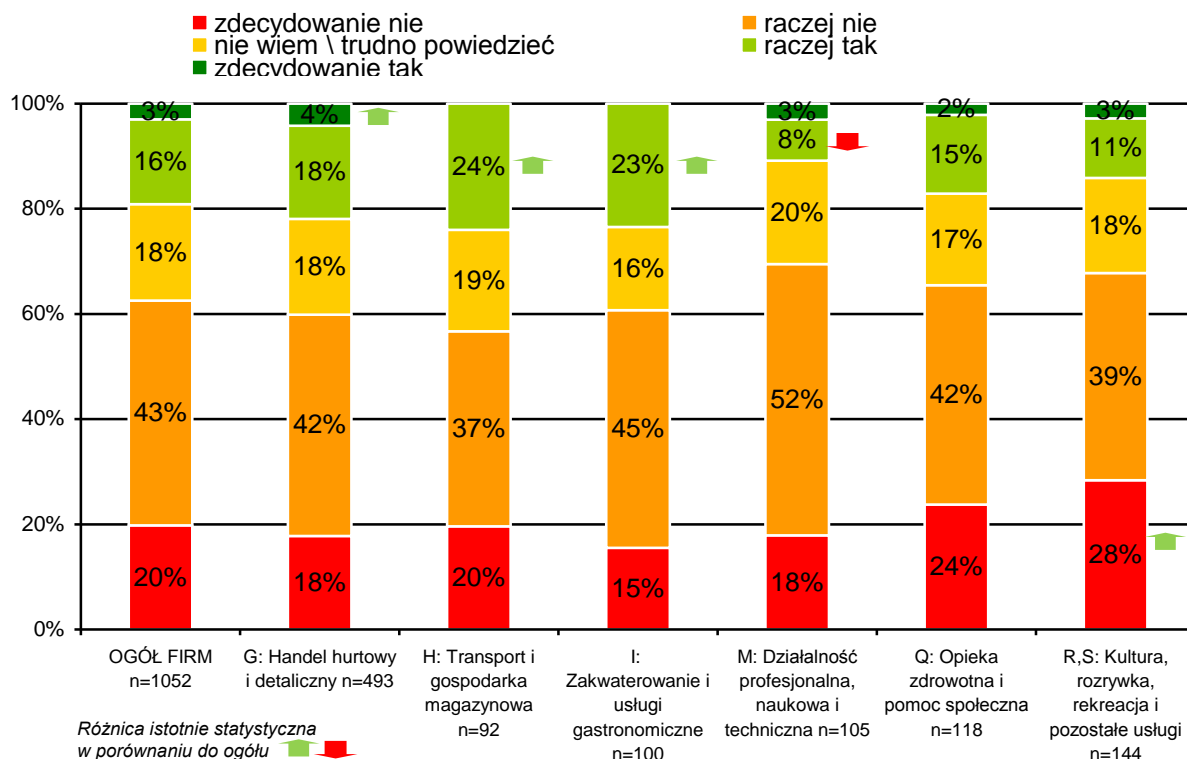
Niemal co piąty przedsiębiorca chciałby współpracować z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych tj. karty, płatności mobile (19%). Taką współpracą najbardziej zainteresowane są firmy średnie i duże (26%).

Wykres 54. Zainteresowanie członkostwem lub współpracą z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych – w podziale na wielkość zatrudnienia



Największe zainteresowanie możliwością współpracy z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów firmy jest wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (24%) oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (23%), a najmniejsze – wśród firm o działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej (11%).

Wykres 55. Zainteresowanie członkostwem lub współpracą z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych – w podziale na branże



## **5. Wnioski z badania**

### 1. Obrót kartowy w Polsce

Zgodnie z wynikami badania poziom akceptacji kart płatniczych wśród polskich przedsiębiorców w roku 2013 wynosi 17% – czyli niemal co piąta firma z sektora handlu i usług przyjmuje płatności kartowe. Największy odsetek akceptantów jest wśród firm zajmujących się działalnością związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (40%), w drugiej kolejności – handlem hurtowym i detalicznym (22%), natomiast najmniejszy jest wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (8%) oraz działalnością profesjonalną, naukową czy techniczną (5%).

Ponad połowa przedsiębiorców akceptuje karty od ponad 3 lat (59%). O ile dla firm średnich i dużych ten sposób płatności jest standardem od kilku lat, o tyle coraz więcej mikrofirm również przekonuje się do tej formy płatności. Na tle całego sektora usługowo-handlowego istotnie więcej firm o najdłuższym stażu korzystania z płatności kartowych (przekraczającym 3 lata) jest wśród przedsiębiorców zajmujących się działalnością związaną z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi oraz handlem hurtowym i detalicznym.

Zdecydowana większość przedsiębiorców od momentu zaakceptowania płatności kartowych w swojej firmie – nie zmieniała agentów rozliczeniowych (79%). Agenci rozliczeniowi najczęściej zmieniani są przez przedsiębiorców zajmujących się handlem hurtowym i detalicznym (28%) oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (27%) – czyli w branżach, które mają największe udziały w rynku kartowym oraz najdłuższy staż korzystania z tej formy płatności. Największy odsetek firm charakteryzujących się największą inercją w tym zakresie znajduje się w sekcji opieka zdrowotna i pomoc społeczna (12% firm zmieniło agenta rozliczeniowego od momentu rozpoczęcia akceptacji kart płatniczych) oraz transport i gospodarka magazynowa (11%).

Zdecydowana większość przedsiębiorców w ciągu ostatnich 8 miesięcy nie odczuła zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard (81%), tylko co dziesiąty przedstawiciel firmy twierdzi, że zauważył różnicę (zmiany wysokości opłat najczęściej odczuwane były przez przedstawicieli handlu hurtowego i detalicznego, a także firmy zajmujące zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi). Ponad połowa obserwowanych różnic dotyczyła obniżki opłat (66%), a co trzecia – podwyżki. Różnice wysokości opłat z tytułu akceptacji kart płatniczych zdecydowanie częściej wynikały ze zmiany warunków umowy proponowanych przez obecnego agenta rozliczeniowego (58%), niż z zawierania umowy z nowym agentem rozliczeniowym (31%). Większość przedsiębiorców, którym zmieniono opłaty związane z akceptacją kart płatniczych (obniżono lub podwyższono) przyznaje, że powodem tego stanu rzeczy była zmiana opłaty transakcyjnej, podczas gdy zmiana opłaty za dzierżawę terminala była rzadziej wskazywana.

Przedsiębiorcy, którzy o zmianach wysokości opłat wprowadzonych w 2013 roku powiadamiani byli przez obecnych agentów, najczęściej twierdzili, że miało to miejsce w pierwszym kwartale 2013 roku (73%), jednak co piąty z nich – otrzymał te informacje w drugim kwartale, a niemal co dziesiąty – w trzecim, także można powiedzieć, że komunikacja dotycząca zmiany wysokości opłat przebiega niezbyt sprawnie i jest słabo skoordynowana.

Zdecydowana większość przedsiębiorców ponosi jedną opłatę transakcyjną z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard (79%). Średnia wysokość stawki jednolitej wynosi 1,61%. Największy odsetek przedsiębiorstw akceptujących stawkę jednolitą jest wśród firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (91%) oraz kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (85%). Co piąty przedsiębiorca nie ponosi jednak opłaty jednolitej – w ich przypadku średnia wysokość opłaty transakcyjnej za przyjmowanie płatności kartą Visa wynosi 1,52%, podczas gdy opłata za akceptowanie karty MasterCard jest nieco wyższa – jej średnia wysokość wynosi 1,65%. Największy odsetek firm płacących zróżnicowane stawki opłaty akceptanta za transakcje kartowe występuje w branży zakwaterowanie i usługi gastronomiczne (29%). Według deklaracji u ponad co trzeciego przedsiębiorcy zaksięgowanie środków pieniężnych po dokonaniu transakcji następuje następnego dnia roboczego (39%), 36% przyznaje jednak, że musi czekać 2 dni robocze, a niemal co piąty – ponad 2 dni. Z wydłużonym procesem księgowania istotnie częściej borykają się małe firmy. Na zaksięgowanie środków pieniężnych po dokonaniu transakcji najkrócej (1 dzień roboczy) czekają przedsiębiorcy zajmujący się opieką zdrowotną i opieką społeczną (51%) oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (45%). Proces ten najbardziej wydłuża się w branży transportowej i gospodarce magazynowej.

## **2. Opinie na temat planowanej ustawy regulującej wysokość opłat interchange**

Niemal połowa firm (43%) słyszała o uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% (która ma zacząć obowiązywać 1 stycznia 2014 i wejść w życie 1 lipca 2014). Dość znaczny odsetek przedsiębiorców twierdzi jednak, że nie słyszał o niej (57%). Największa znajomość ustawy jest wśród przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (49%), a najmniejsza – wśród zajmujących się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (34%).

Zdecydowana większość przedsiębiorców jest zdania, że ustawowa obniżka opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. będzie korzystna i wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard (82%). Z planowanej obniżki najbardziej zadowoleni są przedsiębiorcy zajmujący się opieką zdrowotną i pomocą społeczną, handlem hurtowym i detalicznym oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi. Przedsiębiorcy, którzy uważają, że obniżka opłat interchange może negatywnie wpłynąć na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych, najczęściej obawiają się wzrostu opłat nakładanych przez organizacje płatnicze niezwiązanych z marżą agenta rozliczeniowego.

Największy odsetek przedsiębiorców pozytywnie oceniający wprowadzenie obniżki opłat interchange uważa jednak, że obniżka ta nie zostanie przełożona na ich firmy w pełnej wysokości. Są również i tacy, którzy nie wierzą, że obniżka w ogóle będzie dotyczyć ich firmy (6%). Największy odsetek optymistów – przedsiębiorców uważających, że obniżka zostanie przełożona na ich firmy w pełnej wysokości – zajmuje się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (61%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (50%). Natomiast największy odsetek pesymistów – przedsiębiorców uważających, że obniżka w ogóle nie zostanie wprowadzona w przypadku ich firmy – jest w branży zajmującej się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową (11%).



Niemal połowa przedsiębiorców jest zdania, że obniżka interchange zostanie przełożona na ich firmy niezwłocznie po tym, jak ustawa wejdzie w życie (40%). Podobny odsetek jest jednak zdania, że obniżka może zostać nałożona z pewnym opóźnieniem (37%). Największy odsetek przedsiębiorców wierzących w szybkie wprowadzenie obniżki jest wśród firm zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną, a największy odsetek przedsiębiorców uważających, że z obniżki będą mogli korzystać z opóźnieniem jest w branży zajmującej się kulturą, rozrywką, rekreacją i pozostałą działalnością usługową. Przedsiębiorcy przewidujący opóźnienie we wprowadzeniu obniżki opłaty interchange najczęściej twierdzą, że powinno ono trwać nie dłużej niż 2 miesiące, a prawie dwie trzecie jest zdania, że proces ten generalnie powinien zamknąć się w okresie 4 miesięcy (64%).

### **3. Potencjał nowych instrumentów płatniczych i usług**

Przedsiębiorcy byliby zainteresowani nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach (opłata na poziomie 0,5% wartości transakcji) i dodatkowych korzyściach np. umożliwiających płacenie telefonem komórkowym (57%). Takie instrumenty płatnicze największym zainteresowaniem cieszą się w firmach zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (65%) oraz handlem hurtowym i detalicznym (62%), podczas gdy rozwiązanie to wydaje się być nieco mniej interesujące dla przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (50%). Mimo dużego zainteresowania okazuje się jednak, że przedsiębiorcy raczej nie byliby skłonni ponosić wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z dodatkowych usług związanych z instrumentem płatniczym. Takie rozwiązanie jest potencjalnie interesujące dla niemal co piątej firmy, jednak większość raczej nie byłaby chętna z niego skorzystać. Największym zainteresowaniem cieszy się wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (21%), a z dodatkowych usług jako najbardziej atrakcyjne wskazano programy zniżkowo-rabatowe oraz programy lojalnościowe.

Ponad co trzeci zainteresowany przedsiębiorca wyraziłby zgodę na modyfikację infrastruktury umożliwiającą wprowadzenie płatności dokonywanych telefonem komórkowym, nawet jeśli wiązałoby się to z koniecznością poniesienia pewnych kosztów (ponad połowa przyznała jednak, że nie byłaby zainteresowana taką opcją, nawet jeśli wysokość kosztów byłaby niewielka). Taka możliwość najbardziej interesuje przedsiębiorców zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (41%) oraz działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (39%).

Niemal połowa przedsiębiorców byłaby skłonna zaoferować swoim klientom bezpłatny dostęp do Internetu przez sieć wifi, celem umożliwienia dokonywania płatności telefonem komórkowym (48%) – podobny odsetek twierdzi jednak, że oferowanie klientom Internetu może stanowić dla nich problem (43%). Najbardziej chętni do udostępniania wifi są przedsiębiorcy zajmujący się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (65%), a najmniej – firmy z branży transportowej i gospodarki magazynowej (35%).

#### **4. Akceptacja kart American Express i Diners Club**

Zgodnie z wynikami badania przyjmowanie kart American Express nie jest dość popularne wśród przedsiębiorców – ich akceptację deklaruje ponad co trzecia firma (35%). Największy odsetek z nich jest wśród przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (51%), podczas gdy najmniejszy – w firmach prowadzących działalność profesjonalną, naukową i techniczną (27%) oraz zajmujących się transportem i gospodarką magazynową (28%). Możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu płatności kartą American Express miał co trzeci przedsiębiorca.

Akceptowanie karty Diners Club jest mniej popularne niż akceptowanie American Express (przyjmuje je jedna firma na cztery). Karty DC najczęściej akceptowane są przez przedsiębiorców zajmujących się zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi (41%), a najrzadziej przez trudniących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (12%) oraz transportem i gospodarką magazynową (17%). Co czwarty przedsiębiorca akceptujący karty Diners Club miał możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu płatności tą kartą.

Okazuje się jednak, że zdecydowana większość przedsiębiorców przyjmujących płatności kartą Diners Club lub AmEx nie widzi wysokich korzyści związanych z akceptacją kart systemów trójstronnych (88%). Ponad co trzeci przedsiębiorca chciałby mieć prawnie zapewnioną możliwość nakładania opłat dodatkowych (surchage) na transakcje dokonywane drogami kartami płatniczymi, jednak niemal połowa nie byłaby zainteresowana tą opcją (zwłaszcza wśród firm średnich i dużych). Do możliwości nakładania dodatkowych opłat najbardziej skorzy są przedsiębiorcy zajmujący się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (44%), a najmniej – zajmujący się transportem i gospodarką magazynową (31%).

#### **5. Opinie na temat reprezentowania interesów przedsiębiorców przez organizacje branżowe**

Niemal co piąta firma zrzeszona jest w jakiejś organizacji branżowej typu izba gospodarcza czy związek pracodawców (19%) – w tym niemal co piąta firma mikro, ponad co czwarta firma mała i ponad co trzecia firma średnia lub duża. Największy odsetek przedsiębiorców zrzeszonych w organizacjach znajduje się wśród firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (43%), a najmniejszy wśród przedsiębiorców trudniących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (11%).

Niemal połowa przedsiębiorców zrzeszonych w organizacjach branżowych uważa, że organizacje niezbyt dobrze reprezentują interesy przedsiębiorców w zakresie ponoszenia kosztów obrotu kartowego i bezgotówkowego (48%), natomiast ponad co trzeci przedsiębiorca jest zdania, że organizacje dobrze działają w tym zakresie (35%). Blisko co czwarty przedsiębiorca słyszał o Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego (24%).

Znajomość FROB jest największa wśród przedstawicieli branży transportowej i gospodarki magazynowej (32%) oraz osób zajmujących się działalnością profesjonalną, naukową i techniczną (27%), a najmniejsza – w kręgu firm zajmujących się opieką zdrowotną i pomocą społeczną (16%).

Niemal co piąty przedsiębiorca chciałby współpracować z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych tj. karty, płatności mobile (19%) – do takiej współpracy najchętniej przystąpiłyby firmy średnie i duże. Największe zainteresowanie możliwością współpracy z nowym podmiotem jest wśród przedsiębiorców zajmujących się transportem i gospodarką magazynową oraz zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi, a najmniejsze – wśród firm o działalności profesjonalnej, naukowej i technicznej.

## **6. Załączniki**

## 6.1. Spis tabel

Tabela 1. Struktura próby według branż (wg. sekcji PKD), uwzględniając rzeczywistą wielkość populacji na podstawie REGON.....	6
Tabela 2. Struktura próby według wielkości zatrudnienia w branżach objętych badaniem..	7
Tabela 3. Struktura realizacji wywiadów według regionów .....	7
Tabela 4. Struktura realizacji wywiadów według wielkości miejscowości.....	8
Tabela 5. Poziom akceptacji kart płatniczych w poszczególnych sekcjach PKD – dane nieważone.....	10
Tabela 6. Średnia wysokość stawki jednolitej wśród przedsiębiorców z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia.....	23
Tabela 7. Średni poziom opłaty transakcyjnej za przyjmowanie płatności kartą Visa i MasterCard, wśród przedsiębiorców niemających jednolitej stawki z tytułu akceptacji kart – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	23

## 6.2. Spis wykresów

Wykres 1. Poziom akceptacji kart płatniczych w poszczególnych sekcjach PKD, wyrażony stosunkiem akceptantów kart płatniczych do firm przyjmujących wyłącznie płatności gotówkowe – po przeważeniu do struktury przedsiębiorstw wg wielkości zatrudnienia i branży .....	11
Wykres 2. Przybliżona wartość rocznych obrotów za 2012 rok firm akceptujących płatności kartowe – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	12
Wykres 3. Przybliżona wartość rocznych obrotów za 2012 rok firm akceptujących płatności kartowe – w podziale na branże .....	13
Wykres 4. Okres akceptowania kart płatniczych – w podziale na wielkość zatrudnienia...	15
Wykres 5. Okres akceptowania kart płatniczych – w podziale na branże .....	16
Wykres 6. Częstotliwość zmian agenta rozliczeniowego od momentu rozpoczęcia akceptacji płatności kartowych – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	16
Wykres 7. Częstotliwość zmian agenta rozliczeniowego od momentu rozpoczęcia akceptacji płatności kartowych – w podziale na branże .....	17
Wykres 8. Odczuwanie zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy – w podziale na wielkość zatrudnienia...	18
Wykres 9. Odczuwanie zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy – w podziale na branże.....	19
Wykres 10. Rodzaj zmiany wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard w ciągu ostatnich 8 miesięcy.....	19
Wykres 11. Przyczyny zmiany opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard .....	20
Wykres 12. Termin poinformowania o zmianach w wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych przez obecnego agenta rozliczeniowego .....	20
Wykres 13. Powody obniżki opłat związanych z akceptacją kart płatniczych.....	21
Wykres 14. Powody podwyżki opłat związanych z akceptacją kart płatniczych .....	21
Wykres 15. Ponoszenie jednej opłaty transakcyjnej z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	22
Wykres 16. Ponoszenie jednolitej opłaty transakcyjnej z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard – w podziale na branże.....	22
Wykres 17. Znajomość uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% – w podziale na wielkość zatrudnienia.....	24
Wykres 18. Znajomość uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty interchange do 0,5% – w podziale na branże .....	24
Wykres 19. Opinia na temat ustawowej obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – czy jest korzystna i czy wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	25

Wykres 20. Opinia na temat ustawowej obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – czy jest korzystna i czy wpłynie pozytywnie na poziom kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard – w podziale na branże.....	26
Wykres 21. Obawy związane z planowaną obniżką opłat interchange (ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.) .....	26
Wykres 22. Ocena skuteczności wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.– w podziale na wielkość zatrudnienia .....	27
Wykres 23. Ocena skuteczności wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – w podziale na branże .....	27
Wykres 24. Opinie na temat terminu wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r.– w podziale na wielkość zatrudnienia .....	28
Wykres 25. Opinie na temat terminu wprowadzenia obniżki opłat interchange ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. – w podziale na branże .....	28
Wykres 26. Przewidywane opóźnienie przełożenia obniżki na firmy przedsiębiorców – z ich punktu widzenia.....	29
Wykres 27. Czas jaki mija od momentu dokonania transakcji kartą do momentu zaksięgowania środków pieniężnych – w podziale na wielkość zatrudnienia.....	29
Wykres 28. Czas jaki mija od momentu dokonania transakcji kartą do momentu zaksięgowania środków pieniężnych – w podziale na branże .....	30
Wykres 29. Zainteresowanie nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach i dodatkowych korzyściach (np. w standardzie płatności mobilnej telefonem komórkowym) – w podziale na wielkość zatrudnienia.....	31
Wykres 30. Zainteresowanie nowym bezgotówkowym instrumentem płatniczym o niskich kosztach i dodatkowych korzyściach (np. w standardzie płatności mobilnej telefonem komórkowym) – w podziale na branże .....	32
Wykres 31. Skłonność do ponoszenia wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z usług dodanych związanych z instrumentem płatniczym – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	32
Wykres 32. Skłonność do ponoszenia wyższych kosztów akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z usług dodanych związanych z instrumentem płatniczym – w podziale na branże.....	33
Wykres 33. Zainteresowanie dodatkowymi usługami związanymi z nowymi instrumentami płatniczymi .....	33
Wykres 34. Skłonność do ponoszenia niewielkich kosztów związanych z modyfikacją infrastruktury, niezbędnej do rozpoczęcia przyjmowania płatności telefonem komórkowym – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	34
Wykres 35. Skłonność do ponoszenia niewielkich kosztów związanych z modyfikacją infrastruktury, niezbędnej do rozpoczęcia przyjmowania płatności telefonem komórkowym – w podziale na branże .....	34
Wykres 36. Zainteresowanie przyjmowaniem płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoim urządzeniu przenośnym – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	35
Wykres 37. Zainteresowanie przyjmowaniem płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoim urządzeniu przenośnym – w podziale na branże .....	35

Wykres 38. Możliwość oferowania swoim klientom bezpłatnego dostępu do internetu przez sieć wifi, celem umożliwienia płatności telefonem komórkowym – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	36
Wykres 39. Możliwość oferowania swoim klientom bezpłatnego dostępu do internetu przez sieć wi-fi, celem umożliwienia płatności telefonem komórkowym – w podziale na branże	36
Wykres 40. Deklarowany poziom akceptacji American Express (AmEx) przez przedsiębiorców – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	37
Wykres 41. Deklarowany poziom akceptacji kart American Express (AmEx) przez przedsiębiorców – w podziale na branże .....	37
Wykres 42. Możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu akceptacji kart American Express – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	38
Wykres 43. Deklarowany poziom akceptacji Diners Club przez przedsiębiorców – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	38
Wykres 44. Deklarowany poziom akceptacji Diners Club przez przedsiębiorców – w podziale na branże .....	39
Wykres 45. Możliwość negocjowania wysokości stawek opłaty pobieranej z tytułu akceptacji kart Diners Club – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	39
Wykres 46. Postrzeganie korzyści z akceptacji kart systemów trójstronnych Diners Club lub AmEx – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	40
Wykres 47. Chęć posiadania prawnie zapewnionej możliwości nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogimi kartami płatniczymi – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	40
Wykres 48. Chęć posiadania prawnie zapewnionej możliwości nakładania opłat dodatkowych (surcharge) na transakcje dokonywane drogimi kartami płatniczymi – w podziale na branże .....	41
Wykres 49. Zrzeszenie w organizacji branżowej (typu izba gospodarcza, związek pracodawców) – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	42
Wykres 50. Zrzeszenie w organizacji branżowej (typu izba gospodarcza, związek pracodawców) – w podziale na branże .....	42
Wykres 51. Odpowiednie reprezentowanie interesów przedsiębiorców w zakresie kosztów obrotu kartowego i bezgotówkowego przez organizacje, w której firma jest zrzeszona – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	43
Wykres 52. Znajomość Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	43
Wykres 53. Znajomość Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego – w podziale na branże .....	44
Wykres 54. Zainteresowanie członkostwem lub współpracą z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych – w podziale na wielkość zatrudnienia .....	44
Wykres 55. Zainteresowanie członkostwem lub współpracą z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych – w podziale na branże .....	45



### 6.3. Działy sekcji objętych badaniem wg klasyfikacji PKD

#### **Sekcja G: handel hurtowy i detaliczny; naprawa pojazdów samochodowych, włączając motocykle:**

- Dział 45 – handel hurtowy i detaliczny pojazdami samochodowymi (w tym sprzedaż części i akcesoriów do pojazdów samochodowych); naprawa pojazdów samochodowych (naprawa, konserwacja, mycie i polerowanie, przeglądy oraz przebudowa pojazdów samochodowych)
- Dział 47 – handel detaliczny, z wyłączeniem handlu detalicznego pojazdami samochodowymi (sprzedaż detaliczna żywności, napojów i wyrobów tytoniowych, paliw do pojazdów silnikowych na stacjach paliw, narzędzi technologii informacyjnej i komunikacyjnej, artykułów użytku domowego, wyrobów związanych z kulturą i rekreacją oraz pozostałych wyrobów, takich jak: odzież, obuwie i artykuły skórzane, wyroby farmaceutyczne i medyczne, zegarki, zegary, pamiątki, materiały do czyszczenia, broń, kwiaty, zwierzęta domowe i inne)

#### **Sekcja H: transport i gospodarka magazynowa:**

- Dział 49 – transport lądowy (transport kolejowy pasażerski międzymiastowy, pozostały transport lądowy pasażerski, transport drogowy towarów oraz działalność usługowa związana z przeprowadzkami)
- Dział 50 – transport wodny (transport morski i śródlądowy pasażerski oraz towarów)
- Dział 51 – transport lotniczy (transport lotniczy pasażerski, transport lotniczy towarów)
- Dział 52 – magazynowanie i działalność usługowa wspomagająca transport (magazynowanie i przechowywanie towarów, działalność usługowa wspomagająca transport, w tym działalność terminali, takich jak: dworce kolejowe, dworce autobusowe, stacje towarowe) Dział 53 – działalność pocztowa i kurierska (działalność pocztowa objęta obowiązkiem świadczenia usług powszechnych, pozostała działalność pocztowa i kurierska)

#### **Sekcja I: działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi:**

- Dział 55 – zakwaterowanie (hotele i podobne obiekty zakwaterowania, obiekty noclegowe turystyczne i miejsca krótkotrwałego zakwaterowania, pozostałe zakwaterowanie)
- Dział 56 – działalność usługowa związana z wyżywieniem (restauracje i pozostałe placówki gastronomiczne, przygotowywanie żywności dla odbiorców zewnętrznych, przygotowywanie i podawanie napojów np. w barach)

### **Sekcja M: Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna:**

- Dział 69 – działalność prawnicza, rachunkowo – księgową i doradztwo podatkowe
- Dział 74 – pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna (działalność w zakresie specjalistycznego projektowania, fotograficzna, związana z tłumaczeniami i pozostała działalność profesjonalna, naukowa i techniczna, gdzie indziej niesklasyfikowana)
- Dział 75 – działalność weterynaryjna

### **Sekcja Q: Opieka zdrowotna i pomoc społeczna**

- Dział 86 – opieka zdrowotna (działalność szpitali, praktyka lekarska, pozostała działalność w zakresie opieki zdrowotnej)

### **Sekcja R: Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją**

- Dział 90 – działalność twórcza związana z kulturą i rozrywką (działalność związana z wystawianiem przedstawień artystycznych, wspomagająca wystawianie przedstawień artystycznych, artystyczna i literacka działalność twórcza, działalność obiektów kulturalnych)
- Dział 91 – działalność bibliotek, archiwów, muzeów oraz pozostała działalność związana z kulturą
- Dział 92 – działalność związana z grami losowymi i zakładami wzajemnymi
- Dział 93 – działalność sportowa, rozrywkowa i rekreacyjna (działalność obiektów sportowych, klubów sportowych, obiektów służących poprawie kondycji fizycznej, działalność wesołych miasteczek i parków rozrywki)

### **Sekcja S: Pozostała działalność usługowa**

- Dział 95 – naprawa i konserwacja komputerów i artykułów użytku osobistego i domowego (naprawa i konserwacja elektronicznego sprzętu powszechnego użytku, urządzeń gospodarstwa domowego oraz sprzętu użytku domowego i ogrodniczego, obuwia i wyrobów skórzanych, mebli i wyposażenia domowego, zegarów, zegarków oraz biżuterii i pozostałych artykułów użytku osobistego i domowego)
- Dział 96 – pozostała indywidualna działalność usługowa (pranie i czyszczenie wyrobów włókienniczych i futrzarskich, fryzjerstwo i pozostałe zabiegi kosmetyczne, pogrzeby i działalność pokrewna, działalność usługowa związana z poprawą kondycji fizycznej, pozostała działalność usługowa, gdzie indziej niesklasyfikowana)

## 6.4. Pismo przewodnie informujące o celach badania



Uniwersytet Warszawski  
Wydział Zarządzania

# FROB

Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego

### Badanie akceptacji kart płatniczych

#### Pismo przewodnie

Fundacja Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego, realizując swoje cele statutowe, postanowiła przeprowadzić kolejne badanie przedsiębiorców dotyczące obrotu bezgotówkowego celem przygotowania aktualnej diagnozy wybranych problemów rynku kart płatniczych w Polsce.

Niniejsze badanie przedsiębiorców, prowadzone pod auspicjami Wydziału Zarządzania Uniwersytetu Warszawskiego i Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego, jest przedsięwzięciem, które ma doprowadzić do:

- identyfikacji zmian, jakie zachodzą w obszarze akceptacji kart płatniczych w Polsce,
- określenia poziomu kosztów płatności kartowych ponoszonych przez polskich przedsiębiorców oraz
- poznania nastawienia polskich przedsiębiorców do innowacyjnych metod płatności.

Uzyskany materiał będzie wiarygodnym źródłem informacji, które zostaną wykorzystane do promowania optymalnych rozwiązań biznesowych, prawnych i administracyjnych w interesie polskich przedsiębiorców i konsumentów.

Badaniem zostanie objęta ogólnopolska, reprezentatywna, zróżnicowana geograficznie i branżowo próba 1000 przedsiębiorstw handlowo-usługowych zarówno z sektora MSP (małych i średnich przedsiębiorstw), jak i dużych firm. Badanie jest prowadzone we współpracy z instytutem badawczym Ipsos.

Dodatkową korzyścią z udziału w badaniu może być dla Państwa firmy wyższa świadomość, lepsza orientacja i możliwość finansowego skorzystania ze zmian, jakie zachodzą w obszarze akceptacji kart płatniczych w Polsce poprzez redukcję ponoszonych opłat kartowych. Badanie zostanie przeprowadzone w formie wywiadu wspomaganego komputerowo. Badanie jest anonimowe. Wszystkie udzielone przez Państwa odpowiedzi będą prezentowane wyłącznie w zbiorczych zestawieniach i raportach.

**Podkreślając jego wagę i korzyści, serdecznie zachęcamy Państwa do udziału w badaniu!**

Kierownik projektu badawczego  
Wydział Zarządzania UW

Prezes FROB

  
dr Jakub Górka

  
Robert Łaniewski

## 6.5. Kwestionariusz opracowany przez Wydział Zarządzania UW i FROB

# FROB

FUNDACJA ROZWOJU OBROTU BEZGOTÓWKOWEGO

[www.frob.pl](http://www.frob.pl)

Firma Ipsos przeprowadza badanie dotyczące obrotu kartowego w Polsce na zlecenie Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego. Badanie ma na celu:

- identyfikację zmian, jakie zachodzą w obszarze akceptacji kart płatniczych,
- określenie poziomu kosztów płatności kartowych ponoszonych przez polskich przedsiębiorców oraz
- poznanie nastawienia przedsiębiorców do innowacyjnych metod płatności.

Prosimy, aby zechciał(a) Pan(i) odpowiedzieć na kilkanaście pytań dotyczących płatności bezgotówkowych (przewidywana długość wywiadu do 15 min.). Będziemy zobowiązani, gdy przy wypełnianiu kwestionariusza sięgną Państwo do umowy z agentem rozliczeniowym po to, by możliwie najdokładniej odpowiedzieć na pytania dotyczące poziomu kosztów ponoszonych przez Państwa firmę.

Gwarantujemy pełną poufność uzyskanych informacji, zgodnie z Ustawą o Ochronie Danych Osobowych oraz normami etycznymi obowiązującymi w badaniach opinii i rynku. Zebrane dane będą opracowane w postaci zbiorczych zestawień statystycznych, bez możliwości powiązania ich z osobą i firmą respondenta.

1. Czy akceptują Państwo karty płatnicze?

**ANKIETER: nie czytaj kafeterii, zaznacz odpowiednio**

- a) tak
- b) nie - **ZAKOŃCZ**

**JEŚLI ODP. TAK W PYT. 1**

2. Od jakiego czasu akceptują Państwo karty płatnicze:

- a) krócej niż 8 miesięcy
- b) 8 – 12 miesięcy
- c) dłużej niż 1 rok – 3 lata
- d) dłużej niż 3 lata

3. Ile razy w ciągu tego okresu zmienili Państwo agenta rozliczeniowego:

- a) ani razu
- b) 1 raz
- c) 2 razy
- d) 3 razy
- e) 4 razy i więcej

4. Czy w ciągu ostatnich 8 miesięcy odczuli Państwo zmianę wysokości opłat związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem/ trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak

**JEŚLI ODP. 4 LUB 5 W PYT. 4**

5. Czy zmiana wiązała się z:

- a) obniżką opłat
- b) podwyżką opłat

**JEŚLI ODP. 4 LUB 5 W PYT. 4**

6. Czy zmiana opłat związana z akceptacją kart Visa i MasterCard wynikała:

- a) ze zmiany warunków umowy zaproponowanej przez obsługującego Państwa firmę agenta rozliczeniowego
- b) zawarcia umowy o przyjmowanie płatności kartą płatniczą z nowym agentem rozliczeniowym
- c) inna możliwość (*jaka?*).....

**JEŚLI ODP. A) W PYT. 6**

7. Kiedy Państwa agent rozliczeniowy powiadomił Państwa firmę o zmianie wysokości opłat w 2013 r.?

- a) w pierwszym kwartale br.,
- b) w drugim kwartale br.,
- c) w trzecim kwartale br.,

**JEŚLI A W PYT. 5**

8. Z czego wynikała obniżka opłat?

wielokrotny wybór:

- a) z obniżki opłaty transakcyjnej, czyli opłaty akceptanta
- b) z obniżki opłaty za dzierżawę terminala
- c) z obniżki innej opłaty, jakiej?.....

**DO KAŻDEGO PUNKTU, KTÓRY WYBRAŁ RESPONDENT A), B), C)**

8a. o jaką wartość (zł lub procent) obniżono opłatę? ....

**JEŚLI B W PYT. 5**

9. Z czego wynikała podwyżka opłat?

wielokrotny wybór:

- a) z podwyżki opłaty transakcyjnej, czyli opłaty akceptanta
- b) z podwyżki opłaty za dzierżawę terminala
- c) z podwyżki innej opłaty, jakiej?.....

**DLA KAŻDEGO PUNKTU, KTÓRY WYBRAŁ RESPONDENT A), B), C)**

9a. o jaką wartość (zł lub procent) podwyższono opłatę? ....

10a. Czy ponoszą Państwo jedną opłatę transakcyjną z tytułu akceptacji kart Visa i MasterCard (czyli placą tzw. stawkę jednolitą – blend opłaty akceptanta)?

**ANKIETER: W PRZYPADKU WĄTPLIWOŚCI WYJAŚNIĆ: OPLATA AKCEPTANTA = OPLATA W FORMULE PROCENTOWEJ LUB PROCENTOWO –KWOTOWEJ PONOSZONA PRZEZ PRZEDSIĘBIORCĘ OD KAŻDEJ TRANSAKCJI KARTĄ PŁATNICZĄ.**

- a) tak
- b) nie

**JEŚLI A) W PYTANIU 10A**

10b. Jaki jest jej dokładny poziom?

**ANKIETER: POPROSIĆ RESPONDENTA DO SIĘGNIĘCIA DO UMOWY Z AGENTEM ROZLICZENIOWYM W CELU SPRAWDZENIA AKTUALNYCH STAWEK OPLAT.**

- a) ..... dokładny poziom (% lub % i kwota)
- b) Nie wiem/ trudno powiedzieć
- c) Odmowa odpowiedzi

**JEŚLI B) W PYT. 10B**

**ANKIETER: W PRZYPADKU WAHANIA DOPYTAĆ, PODAJĄC PRZEDZIAŁY DO WYBORU. PODAJ TRZY PIERWSZE PRZEDZIAŁY, JEŻELI ZAJDZIE POTRZEBA DALSZEGO TESTOWANIA POINFORMOWAĆ RESPONDENTA, ŻE PRZEDZIAŁ WYNOSI 0,1 PKT PROCENTOWEGO.**

- a) więcej niż 2,5%,
- b) ponad 2,00 do 2,5%
- c) ponad 1,90 do 2,00%
- d) ponad 1,80 – do 1,90%
- e) ponad 1,70 do 1,80%
- f) ponad 1,60 do 1,70%

- g) ponad 1,50 do 1,60%
- h) ponad 1,40 do 1,50%
- i) ponad 1,30 do 1,40%
- j) ponad 1,20 do 1,30%
- k) ponad 1,10 do 1,20%
- l) 1,0 do 1,10%
- m) nie wiem/ trudno powiedzieć
- n) odmowa odpowiedzi

**JEŚLI B) W PYTANIU 10A**

10c. Jaki jest uśredniony poziom opłaty transakcyjnej (czyli opłaty akceptanta) z tytułu przyjmowania płatności kartą Visa?

**OPLATA AKCEPTANTA = OPLATA W FORMULE PROCENTOWEJ LUB PROCENTOWO –KWOTOWEJ PONOSZONA PRZEZ PRZEDSIĘBIORCĘ OD KAŻDEJ TRANSAKCJI KARTĄ PŁATNICZĄ.**

- a) ..... dokładny poziom (% lub % i kwota)
- b) Nie wiem/ trudno powiedzieć

**JEŚLI B) W PYT. 10C**

**ANKIETER: W PRZYPADKU WAHANIA DOPYTAĆ, PODAJĄC PRZEDZIAŁY DO WYBORU, WRAZIE POTRZEBY UPREDZĆ, ŻE PRZEDZIAŁ WYNOŚI 0,1 PKT.**

- a) więcej niż 2,5%,
- b) ponad 2,00 do 2,5%
- c) ponad 1,90 do 2,00%
- d) ponad 1,80 – do 1,90%
- e) ponad 1,70 do 1,80%
- f) ponad 1,60 do 1,70%
- g) ponad 1,50 do 1,60%
- h) ponad 1,40 do 1,50%
- i) ponad 1,30 do 1,40%
- j) ponad 1,20 do 1,30%
- k) ponad 1,10 do 1,20%
- l) 1,0 do 1,10%
- m) nie wiem/ trudno powiedzieć
- n) odmowa odpowiedzi

**JEŚLI B) W PYTANIU 10A**

10d. Jaki jest uśredniony poziom opłaty transakcyjnej (czyli opłaty akceptanta) z tytułu przyjmowania płatności kartą MasterCard?

**ANKIETER: POPROSIĆ RESPONDENTA DO SIĘGNIĘCIA DO UMOWY Z AGENTEM ROZLICZENIOWYM W CELU SPRAWDZENIA AKTUALNYCH STAWEK OPLAT.**

- a) ..... dokładny poziom (% lub % i kwota)
- b) Nie wiem/ trudno powiedzieć

**JEŚLI B) W PYT. 10D**

**ANKIETER: W PRZYPADKU WAHANIA DOPYTAĆ, PODAJĄC PRZEDZIAŁY DO WYBORU**

- a) więcej niż 2,5%,
- b) ponad 2,00 do 2,5%
- c) ponad 1,90 do 2,00%
- d) ponad 1,80 – do 1,90%
- e) ponad 1,70 do 1,80%
- f) ponad 1,60 do 1,70%
- g) ponad 1,50 do 1,60%
- h) ponad 1,40 do 1,50%
- i) ponad 1,30 do 1,40%
- j) ponad 1,20 do 1,30%

- k) ponad 1,10 do 1,20%
- l) 1,0 do 1,10%
- m) nie wiem/ trudno powiedzieć
- n) odmowa odpowiedzi

11. Czy wiedzą Państwo o uchwalonej przez polski parlament ustawie ograniczającej poziom opłaty *interchange* do 0,5% wartości transakcji, która to ustawa zacznie obowiązywać 1 stycznia 2014 r. i po 6 miesiącach wejdzie w życie (tj. 1 lipca 2014 r.).

**ANKIETER: OPLATA INTERCHANGE TO GŁÓWNA SKŁADOWA OPLATY AKCEPTANTA PONOSZONEJ PRZEZ PRZEDSIĘBIORCĘ Z TYTUŁU PRZYJMOWANIA PŁATNOŚCI KARTAMI PŁATNICZYMI.**

- a) tak
- b) nie

13. Czy Państwa zdaniem ustawowa obniżka opłat *interchange* ze średniego poziomu 1,6% w 2012 r. do 0,5% w 2014 r. jest korzystna i wpłynie pozytywnie na poziom Państwa kosztów związanych z akceptacją kart płatniczych Visa i MasterCard?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem/ trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak

**JEŚLI ODP. 1 LUB 2 W PYT. 13**

14. Dlaczego nie?
- a) ponieważ wzrosną inne opłaty nakładane przez organizacje płatnicze
  - b) ponieważ wzrośnie marża agenta rozliczeniowego, który nie przełoży obniżki opłat na naszą firmę
  - c) inny powód (jaki?).....

**JEŚLI ODP. 4 LUB 5 W PYT. 13**

15. Czy uważają Państwo, że
- a) obniżka zostanie na Państwa firmę przełożona w pełnej wysokości
  - b) obniżka zostanie na Państwa firmę przełożona w części
  - c) obniżka nie zostanie przełożona na Państwa firmę

**JEŚLI A LUB B W PYTANIU 15**

16. Czy uważają Państwo, że:
- a) obniżka zostanie na Państwa firmę przełożona niezwłocznie
  - b) obniżka zostanie na Państwa firmę przełożona z opóźnieniem
  - c) nie wiem/ trudno powiedzieć

**JEŚLI ODP. B W PYT. 16**

17. Z jak dużym opóźnieniem?
- a) 0 – 2 miesiące,
  - b) powyżej 2 – 4 miesięcy,
  - c) powyżej 4 – 6 miesięcy,
  - d) dłużej niż po pół roku.
  - e) nie wiem – trudno powiedzieć

18. Ile czasu mija od momentu dokonania transakcji kartą do momentu zaksięgowania środków pieniężnych na Państwa koncie:

**ANKIETER: nie czytaj kafeterii, zaznacz odpowiednio**

- a) 1 dzień roboczy (na drugi dzień roboczy)
- b) 2 dni robocze,

[www.frob.pl](http://www.frob.pl)

- c) 3 dni robocze,
- d) 4 dni robocze,
- e) dłużej niż 4 dni robocze,
- f) nie wiem/ trudno powiedzieć

19. Czy są Państwo skłonni rozpocząć akceptację nowego bezgotówkowego instrumentu płatniczego o niskich kosztach (opłata na poziomie 0,5% wartości transakcji) i dodatkowych korzyściach (np. w standardzie płatności mobilnej telefonem komórkowym)?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem/ trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak

20. Czy byliby Państwo skłonni ponosić wyższe koszty akceptacji płatności w zamian za możliwość korzystania z usług dodanych związanych z instrumentem płatniczym, np. program zniżkowo-rabatowy, kupony promocyjne, usługi marketingowe, informacje i raporty na temat zachowań konsumentów?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak

#### **JĘŚLI ODP. 4 LUB 5 W PYT. 20**

21. Jakimi usługami dodanymi byliby Państwo zainteresowani?:

**(PYTANIE WIELOKROTNEGO WYBORU, ZAZNACZ ODPOWIEDŹ DLA KAŻDEJ)**

- 1. program zniżkowo-rabatowy
- 2. program lojalnościowy
- 3. kupony promocyjne
- 4. komunikacja marketingowa z klientem
- 5. raporty na temat zachowań konsumentów
- 6. inne (jakie...?)

**Odpowiedzi do wyboru:**

- 1. Tak
- 2. Nie

22. Czy są Państwo skłonni ponieść niewielkie koszty związane z modyfikacją infrastruktury niezbędne do rozpoczęcia przyjmowania płatności telefonem komórkowym?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem/ trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak

23. Czy są Państwo zainteresowani przyjmowaniem płatności z wykorzystaniem aplikacji na swoim urządzeniu przenośnym, np. telefon komórkowy, tablet (mPOS)?

- 1. zdecydowanie nie
- 2. raczej nie
- 3. nie wiem/trudno powiedzieć
- 4. raczej tak
- 5. zdecydowanie tak



24. Czy są Państwo w stanie zaoferować swoim klientom bezpłatny dostęp do internetu przez sieć wi-fi, który umożliwi płatności telefonem komórkowym?

1. zdecydowanie nie
2. raczej nie
3. nie wiem/ trudno powiedzieć
4. raczej tak
5. zdecydowanie tak

25. Czy akceptują Państwo karty American Express (AmEx)?

- a) tak
- b) nie

26. Czy akceptują Państwo karty Diners Club?

- a) tak
- b) nie

**JEŚLI A) W PYT. 25 LUB W PYT. 26)**

27. Czy przy zawieraniu umowy mogli Państwo negocjować wysokość stawek opłaty pobieranej z tytułu akceptacji kart [Diners Club lub AmEx] **WSTAW ODPOWIEDNIO W ZALEŻNOŚCI OD ODPOWIEDZI W PYT. 25 i 26?**

- a) tak
- b) nie
- c) Nie wiem / nie pamiętam

**JEŚLI A) W PYT. 25 LUB W PYT. 26)**

28. Jak wysokie widzą Państwo korzyści z akceptacji kart systemów trójstronnych Diners Club lub AmEx?

1. bardzo niskie
2. niskie
3. ani niskie ani wysokie
4. wysokie
5. bardzo wysokie
6. nie wiem/ trudno powiedzieć

29. Czy chcieliby Państwo mieć prawnie zapewnioną możliwość nakładania opłat dodatkowych (*surcharge*) na transakcje dokonywane drogimi kartami płatniczymi?

**ANKIETER: SURCHARGE TO OPLATA DODATKOWA, MOŻLIWOŚĆ NAŁOŻENIA NA POSIADACZA KARTY OPLATY TRANSAKCYJNEJ DO WYSOKOŚCI KOSZTÓW PONOSZONYCH PRZEZ AKCEPTANTA.**

1. zdecydowanie nie
2. raczej nie
3. nie wiem/ trudno powiedzieć
4. raczej tak
5. zdecydowanie tak

30. Czy Państwa firma jest zrzeszona w organizacji branżowej (typu izba gospodarcza, związek pracodawców)?

- a) tak
- b) nie

**JEŚLI TAK W PYT. 30**

31. Czy w Państwa odczuciu ta organizacja/organizacje, w której Państwa firma jest zrzeszona właściwie reprezentuje Państwa interesy w zakresie kosztów obrotu kartowego i bezgotówkowego?

1. zdecydowanie nie

[www.frob.pl](http://www.frob.pl)

2. raczej nie
3. nie wiem/ trudno powiedzieć
4. raczej tak
5. zdecydowanie tak

32. Czy słyszeli Państwo o Fundacji Rozwoju Obrotu Bezgotówkowego (FROB), która działa w interesie polskich przedsiębiorców (akceptantów) i konsumentów, skutecznie doprowadzając do obniżenia opłat kartowych oraz wzrostu konkurencji i innowacyjności na polskim rynku usług płatniczych i obrotu bezgotówkowego?

- a) tak
- b) nie

33. Czy byliby Państwo zainteresowani członkostwem lub współpracą z nowym podmiotem w zakresie reprezentowania oraz ochrony interesów Państwa firmy w obszarze akceptacji elektronicznych instrumentów płatniczych (karty, płatności mobilne)?

1. zdecydowanie nie
2. raczej nie
3. wiem/ trudno powiedzieć
4. raczej tak
5. zdecydowanie tak

Metryczka

INFORMACJA Z PRÓBY

M34. Jaki jest podstawowy profil działalności firmy, główna branża działania?

1. Handel hurtowy i detaliczny
2. Transport i gospodarka magazynowa
3. Działalność związana z zakwaterowaniem i usługami gastronomicznymi
4. Działalność profesjonalna, naukowa i techniczna
5. Opieka zdrowotna i pomoc społeczna
6. Działalność związana z kulturą, rozrywką i rekreacją
7. Pozostała działalność usługowa,
8. Trudno powiedzieć
9. Odmowa

M35. Jaka była przybliżona wartość rocznych obrotów firmy za 2012 rok? Proszę wskazać przedział.

ANK: Przeczytaj

1. do 1 mln
2. Powyżej 1 mln do 5 mln
3. Powyżej 5 mln do 10 mln
4. Powyżej 10 mln do 20 mln
5. Powyżej 20 mln do 30 mln
6. Powyżej 30 mln
7. (Ank: nie czytaj) Nie wiem
99. Odmowa

INFORMACJA Z PRÓBY

M36. Ilu pracowników zatrudnia Pana(i) firma?

1. Od 1 do 9 pracowników
2. Od 10 do 49 pracowników
3. 50 - 249 pracowników
4. ponad 250 pracowników

[www.frob.pl](http://www.frob.pl)

## INFORMACJA Z PRÓBY

M37. W jakim województwie zarejestrowana jest firma?

1. Dolnośląskie
2. Kujawsko-Pomorskie
3. Lubelskie
4. Lubuskie
5. Łódzkie
6. Małopolskie
7. Mazowieckie
8. Opolskie
9. Podkarpackie
10. Podlaskie
11. Pomorskie
12. Śląskie
13. Świętokrzyskie
14. Warmińsko-Mazurskie
15. Wielkopolskie
16. Zachodnio-Pomorskie