

MERCHANTS

Chargebacki: jak działają, ile kosztują i jak utrzymać niski wskaźnik

Opublikowano 7 października 2026

Co się dzieje, gdy klient kwestionuje płatność kartą, dlaczego chargeback kosztuje więcej niż sprzedaż, które warto kwestionować i co obniża wskaźnik.

Chargeback to płatność kartą cofnięta przez bank klienta. Klient nie prosi merchanta o zwrot pieniędzy. Zwraca się do wydawcy swojej karty, a wydawca odbiera je dostawcy płatności merchanta, który z kolei obciąża merchanta. Mechanizm istnieje po to, by chronić posiadaczy kart przed oszustwami i przed merchantami, którzy nie dostarczają towaru, i działa bez względu na to, czy merchant się zgadza.

Różni się więc od zwrotu wszystkim, co istotne. Zwrot jest decyzją merchanta, kosztuje tylko sprzedaż i nie zostawia śladu. Chargeback jest decyzją banku, kosztuje więcej niż sprzedaż, a organizacje kartowe zaliczają go na niekorzyść merchanta.

Jak przebiega spór

1. **Klient kwestionuje obciążenie** w swoim banku. Według zasad Visy ma na to zwykle do 120 dni, liczonych od transakcji albo od dnia, w którym towar lub usługa miały zostać dostarczone.
2. **Wydawca wszczyna spór**, podając kod przyczyny, i odbiera pieniądze za pośrednictwem organizacji kartowej.
3. **Agent rozliczeniowy obciąża merchanta** kwotą, dolicza opłatę i przekazuje przyczynę oraz termin.
4. **Merchant akceptuje albo odpowiada**. Odpowiedź, zwana reprezentacją, polega na przesłaniu dowodów, że obciążenie było zasadne. Organizacje dają na to około 30 dni w Visie i 45 w Mastercardzie, ale termin dostawcy jest krótszy i to on się liczy.
5. **Wydawca rozstrzyga**. Jeśli któraś ze stron odrzuci wynik, sprawa może trafić do prearbitrażu, a potem do samej organizacji, gdzie przegrany płaci kolejną opłatę.

Skąd się biorą

Visa dzieli spory na cztery rodziny, a kody przyczyn Mastercarda idą tym samym tropem.

RODZINA	CO MÓWI KLIENT
Oszustwo	„Nie dokonałem tej płatności”.
Autoryzacja	Płatność pobrano bez ważnej zgody.
Błędy przetwarzania	Zła kwota, zła waluta, podwójne obciążenie albo spóźnione przedstawienie.
Spory konsumenckie	Nie otrzymano, niezgodne z opisem, anulowana subskrypcja nadal rozliczana albo zwrot, który nigdy nie dotarł.

Rodzina oszustw kryje dwa różne problemy. Pierwszy to prawdziwe oszustwo, gdy użyto skradzionej karty. Drugi to zakup samego posiadacza karty zakwestionowany jako oszustwo, zwykle nazywany friendly fraud: obciążenie, którego nie rozpoznaje na wyciągu, zakup członka rodziny albo zapomniana subskrypcja. Każdy wymaga innego środka zaradczego, więc warto wiedzieć, z którym masz do czynienia.

Ile kosztuje jeden

- **Sprzedaż.** Cała kwota wraca do klienta.
- **Towar.** To, co wysłano lub dostarczono, rzadko wraca.
- **Opłata.** Dostawca pobiera opłatę za każdy chargeback i w większości przypadków zatrzymuje ją, nawet jeśli merchant wygra.
- **Czas.** Ktoś musi zebrać dowody przed terminem.
- **Wskaźnik.** Każdy chargeback wlicza się do liczby, która decyduje o tym, ile kosztuje konto i czy pozostanie otwarte.

To ostatnie jest najdroższe. Pojedynczy chargeback to niewielka strata. Rosnący wskaźnik zmienia warunki całego konta.

Wskaźnik

Wskaźnik chargebacków to liczba chargebacków w miesiącu podzielona przez liczbę transakcji. Organizacje kartowe prowadzą wobec niego programy monitoringu, a merchant, który do takiego programu trafia, oznacza dla swojego agenta rozliczeniową opłatę i kontrolę. Visa dolicza do sporów zgłoszone oszustwa i uznaje 1,5% za poziom nadmierny; program Mastercarda zaczyna się od 1,5% przy jednocześnie 100 chargebackach w miesiącu. Nasz artykuł o [kontach merchanta wysokiego ryzyka](#) opisuje te progi w całości.

Większość dostawców reaguje na długo przed tymi progami i mało który czuje się swobodnie powyżej 1%. Patrzą na wskaźnik, jego kierunek, strukturę przyczyn i na to, czy merchant w ogóle odpowiada na spory.

Jak im zapobiegać

O większości chargebacków przesądza się, zanim sprzedaż dobiegnie końca.

- **Spraw, by obciążenie było rozpoznawalne.** Deskryptor rozliczeniowy powinien być nazwą, którą klient zna, z numerem telefonu albo adresem strony tam, gdzie organizacja na to pozwala.
- **Spraw, by zwrot był łatwiejszy niż spór.** Klient, który może się z kimś skontaktować i odzyskać pieniądze, nie ma powodu dzwonić do banku. Opublikuj politykę zwrotów i odpowiadaj szybko.
- **Ułatw rezygnację.** Informuj o cyklicznych obciążeniach przed pierwszą płatnością, przypominaj klientom przed odnowieniem i przestań obciążać w dniu rezygnacji.
- **Dostarczaj i miej na to dowód.** Wysyłaj towary przesyłkami z śledzeniem i przechowuj logi dostępu do usług cyfrowych.
- **Uwierzytelniaj.** Dzięki 3-D Secure odpowiedzialność za większość sporów dotyczących oszustw przechodzi z merchanta na wydawcę. Weryfikacja adresu i kodu zabezpieczającego odsiewa kolejne.
- **Korzystaj z alertów o sporach.** Usługi organizacji kartowych, Verifi w Visie i Ethoca w Mastercardzie, informują merchanta o sporze, zanim stanie się chargebackiem, żeby mógł zamiast tego zwrócić pieniądze. Według doniesień spór niezwiązany z oszustwem, rozwiązany w ten sposób, nie wlicza się do wskaźnika Visy; spór dotyczący oszustwa nadal się wlicza.

Jak je kwestionować

Nie każdy chargeback warto kwestionować. Zaakceptuj te, w których klient ma rację, oraz te, w których dowody są słabe albo kwota jest mniejsza niż potrzebny czas. Pozostałe kwestionuj, bo dostawcy zauważają merchantów, którzy nigdy nie odpowiadają.

To, jakie dowody wygrywają, zależy od przyczyny:

- **Nie otrzymano:** śledzenie przewoźnika pokazujące doręczenie pod wskazany adres albo logi pokazujące, że z produktu cyfrowego korzystano.
- **Niezgodne z opisem:** opis produktu, który widział klient, i korespondencja z nim.
- **Anulowana subskrypcja:** warunki zaakceptowane przy rejestracji, data prośby o rezygnację i daty obciążeń wokół niej.
- **Oszustwo:** wynik 3-D Secure i historia klienta. Zgodnie z regułą Visy Compelling Evidence 3.0 dwie wcześniejsze niekwestionowane płatności tą samą kartą, sprzed 120 do 365 dni, mające z kwestionowaną płatnością wspólne dane, takie jak adres IP lub urządzenie, mogą rozstrzygnąć spór typu friendly fraud na korzyść merchanta.

Odpowiadaj na podany kod przyczyny i na nic więcej, pisz krótko i wyślij odpowiedź przed terminem dostawcy.

Jeden błąd warto nazwać wprost. Gdy chargeback został już złożony, nie zwracaj klientowi pieniędzy dodatkowo. Bank już je odebrał, a zwrot oznaczałby zapłacenie mu dwa razy.

Co śledzić

Licz chargebacki co miesiąc, według przyczyny i produktu. Odnoś wskaźnik do liczby transakcji, a nie do przychodu, bo tak mierzą go organizacje kartowe. Zapisuj, na ile sporów odpowiedziałeś i ile wygrałeś. Dostawca, który przegląda konto albo decyduje o jego otwarciu, zapyta dokładnie o te liczby.

Źródła

- [Chargeback Gurus: przewodnik po chargebackach Visy](#) (po angielsku)
- [Chargeback Gurus: terminy w chargebackach](#) (po angielsku)
- [Chargeback Gurus: zmiana zasad monitoringu Visy](#) (po angielsku)
- [Qualpay: Visa Compelling Evidence 3.0](#) (po angielsku)

Czytaj online: <https://payments-marketplace.com/pl-PL/insights/chargebacks-explained/>

Payments Marketplace Ltd

Registered in England & Wales No. 17424288

Garden Ctg, Dereham Road, Dereham, Norfolk, NR19 2PW, UK

connect@payments-marketplace.com · +44 1366 727140