

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO
**MOŽNOSTI RAZVOJA ELEKTRONSKEGA ODOBRAVANJA
KREDITOV NA TRGU KREDITNEGA POSREDNIŠTVA V
SLOVENIJI**

Ljubljana, marec 2018

TATJANA ŠUŠTERŠIČ

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Tatjana Šušteršič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Možnosti razvoja elektronskega odobravanja kreditov na trgu kreditnega posredništva v Sloveniji, pripravljena v sodelovanju s svetovalcem prof. dr. Matejem Marinčem

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 BANČNI TRG V SLOVENIJI	2
1.1 Subjekti na bančnem trgu.....	2
1.2 Trg potrošniških kreditov in kreditnih posrednikov	2
1.2.1 Pravne osnove delovanja kreditnih posrednikov	3
1.2.2 Področja delovanja in interesi kreditnih posrednikov.....	4
1.2.3 Ponudba in vrste potrošniških kreditov pri kreditnih posrednikih.....	4
2 ELEKTRONSKO BANČNIŠTVO	5
2.1 Uporaba interneta	5
2.1.1 Internet kot vir informacij o kreditni ponudbi	6
2.2 Uporaba elektronskega bančništva.....	6
3 RAZVOJ ELEKTRONSKEGA KREDITNEGA POSREDNIŠTVA	8
3.1 Potencial za razvoj poslovanja	8
3.1.1 Zakonski okvirji.....	9
3.1.2 Interes udeležencev in delujoč trg	10
3.1.3 Tehnološki pogoji za razvoj.....	13
3.1.3.1 Varnost in zanesljivost internetnega poslovanja.....	14
3.2 Postopek elektronske odobritve kredita pri kreditnem posredniku.....	15
3.2.1 Presoja kreditne sposobnosti.....	16
3.2.2 Možnosti procesa elektronske odobritve pri posredniku	18
3.2.3 Prednosti in pomanjkljivosti elektronske odobritve	21
3.3 Možnosti in omejitve razvoja.....	22
3.3.1 Uvajanje sprememb na trg	22
3.3.2 Vsebinske možnosti in omejitve.....	24
SKLEP	24
LITERATURA IN VIRI	26
PRILOGE	

KAZALO TABEL

Tabela 1: Število bančnih subjektov v Sloveniji v letih 1997, 2007, 2012 in 2017.....	2
---	---

KAZALO SLIK

Slika 1: Medletne stopnje rasti obsega potrošniških in stanovanjskih kreditov v obdobju od 2006 do 2017.....	3
Slika 2: Uporaba interneta pri posameznikih, Slovenija, 2017	6
Slika 3: Elektronsko bančništvo preko interneta z uporabo osebnih računalnikov, fizične osebe in s.p., plačilni promet doma.....	7
Slika 4: Elektronsko bančništvo preko telebanke in mobilnih telefonov, fizične osebe in s.p., plačilni promet doma.....	7
Slika 5: Možnost informativnega izračuna kredita na spletni strani banke.....	13

UVOD

Digitalizacija spreminja navade in potrebe potrošnika. Nekoč je bil fizični obisk banke obvezen, danes je način uporabe finančnih storitev določen z individualnostjo, mobilnostjo, neodvisnostjo v času in prostoru, fleksibilnostjo (SCN Education, 2001, str. 67). Briše se meja med bančnim in komercialnim, različna področja poslovanja postajajo med seboj vse bolj povezana, razvoj elektronskega poslovanja pospešuje nove oblike poslovnega delovanja. Finančni trgi niso popolni (Sinkey, 1998, str. 16), zato na njih obstajajo finančni posredniki. Tudi v Sloveniji je razvit trg kreditnega posredništva, ki je kredite pripeljal iz formalnega okolja bank v okolje trgovine, in postaja vse bolj sofisticiran (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 40).

Banke tekmujejo za stranke, navzkrižna prodaja (angl. *cross selling*) postaja vse pomembnejša (Lipscombe & Pond, 2002, str. 80). Kreditno posredništvo na enem mestu povezuje banke, trgovce in potrošnike. Je priložnost za pridobivanje novih strank, ustvarjanje novih produktov in povečanje možnosti navzkrižne prodaje. Vse na enem mestu (angl. *one-stop shopping*) pomeni visok nivo potrošniške nakupne izkušnje (angl. *customer experience*). Izkušnje kažejo, da obstaja tesna pozitivna povezava med gospodarsko rastjo in razvojem finančnih storitev, ki je za gospodarstvo običajno blagodejen (Greenbaum, Thakor & Boot, 2016, str. 430).

Diplomsko delo predstavlja možnosti razvoja elektronskega odobravanja potrošniških kreditov pri kreditnih posrednikih v Sloveniji. Kreditni posredniki imajo z bankami in dajalci kreditov sklenjene pogodbe o kreditnem posredništvu. Osnova dejavnost kreditnih posrednikov je prodaja trajnih dobrin in opravljanje storitev, kreditno posredništvo pomeni podporo prodaji trajnih dobrin in storitev.

Diplomsko delo obsega tri poglavja. Prvo poglavje predstavi stanje na bančnem trgu in trgu kreditnih posrednikov v Sloveniji. Navede udeležence na obeh trgih, obseg odobrenih potrošniških kreditov, pravne osnove za delovanje kreditnih posrednikov, panoge njihovega delovanja in vrste kreditov, ki jih ponujajo. Drugo poglavje povzema razširjenost in načine uporabe elektronskega bančništva kot pogoja za razvoj elektronskega odobravanja kreditov v Sloveniji. Tretje poglavje temeljito predstavi potencial za razvoj elektronskega odobravanja kreditov. Izhaja iz osnovnih pogojev za razvoj elektronskega odobravanja kreditov pri kreditnih posrednikih, to je zakonskih okvirjev, interesa udeležencev in delujočega trga ter tehnoloških pogojev. Opiše temeljna načela presoje kreditne sposobnosti in mogoč postopek elektronske odobritve kredita pri kreditnem posredniku. Navede prednosti in slabosti za vsako od vključenih strank in poglavje zaključí s pregledom procesa uvajanja spremembe na trg. Povzame bistvene pogoje, ki so že izpolnjeni in oceni, kateri pogoji bi še morali biti razviti, da bi se elektronsko odobravanje kreditov pri kreditnih posrednikih lahko razvilo.

1 BANČNI TRG V SLOVENIJI

Bančne subjekte predstavljajo banke, hranilnice, bančne podružnice in predstavništva tujih bank. Po podatkih Banke Slovenije (v nadaljevanju BS) se je njihovo število v zadnjih 20-ih letih zmanjšalo za 47 %, to je s 36 v letu 1997 (Banka Slovenije, 1997, str. 67-70) na 19 v letu 2017 (Banka Slovenije, 2017a, str. 129-135).

1.1 Subjekti na bančnem trgu

Največje spremembe so se zgodile od leta 2012 naprej, ko se je njihovo število do leta 2017 zmanjšalo za 8. Tabela prikazuje spremembe v številu delujočih bančnih subjektov v zadnjih 20-ih let.

Tabela 1: Število bančnih subjektov v Sloveniji v letih 1997, 2007, 2012 in 2017

Leto	1997	2007	2012	2017	Indeks
	1	2	3	4	4/1*100
Število bank	30	21	19	12	40
Število hranilnic	6	3	3	3	50
Število predstavništev tujih bank	0	3	2	1	
Število bančnih podružnic	0	3	3	3	
Skupaj	36	30	27	19	53

Vir: Banka Slovenije, Bilten, 1997, str. 67-70; Banka Slovenije, Bilten, 2007, str. 99-107; Banka Slovenije, 2012, str. 140-150; Banka Slovenije, Bilten, 2017a, str. 129-137.

Bančni subjekti (v nadaljevanju banke) na trgu nastopajo z različno razvejano mrežo lastnih poslovalnic, skupaj so konec leta 2016 poslovale na 549-ih prodajnih točkah (Banka Slovenije, 2017a, str. 58). Do strank na trgu banke dostopajo tudi preko svojih pogodbenih kreditnih posrednikov (v nadaljevanju posredniki). Preko posrednikov banke odpirajo več prodajnih poti, razširjajo svojo dejavnost, neposredno dostopajo do večjega števila potencialnih strank in si ustvarjajo bazo strank za navzkrižno prodajo (Lipscombe & Pond, 2002, str. 116).

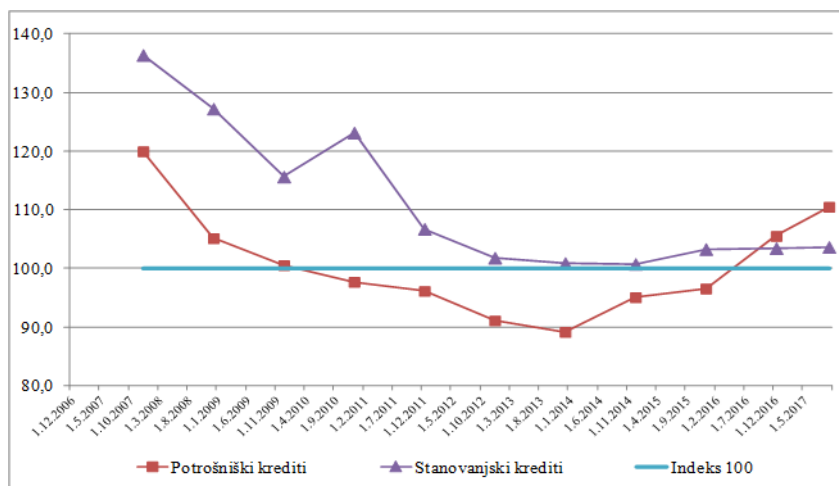
1.2 Trg potrošniških kreditov in kreditnih posrednikov

Na trgu potrošniških kreditov poleg bank in posrednikov nastopajo tudi dajalci kreditov, ki jih je 29. Največ dajalcev kredita deluje na področju drugega kreditiranja (31 %) in lizinga (21 %). Banke in dajalci kreditov imajo interes za odobravanje kreditov, saj so potrošniški krediti (angl. *consumer loans*) vir visoke bančne rentabilnosti (Rose, 1991, str. 244).

Od leta 2006 naprej se je aktivnost kreditiranja prebivalstva v veliki meri spreminjala. V strukturi danih kreditov je v vseh letih od 2006 do 2017 rasel trg stanovanjskih kreditov,

čprav je rast od leta 2011 naprej bistveno manjša. Trg **potrošniških kreditov** je rasel od 2006 do 2010 in po letu 2010 padal vse do vključno 2015, z največjim medletnim padcem v letu 2013 (padec za 11 %). Trg potrošniških kreditov je ponovno zrasel v letu 2016, ko je bila medletna stopnja rasti 6 %. V letu 2016 je stopnja rasti prvič v opazovanem obdobju prehitela stopnjo rasti stanovanjskih kreditov. Pozitiven trend medletne rasti se nadaljuje tudi v letu 2017 (9,7 % rast v obdobju januar - september).

Slika 1: Medletne stopnje rasti obsega potrošniških in stanovanjskih kreditov v obdobju od 2006 do 2017



Vir: Banka Slovenije, Bilten, 2012, str. 45; Banka Slovenije, Bilten, 2017b, str. 16.

1.2.1 Pravne osnove delovanja kreditnih posrednikov

Banke opravljajo svojo dejavnost na podlagi 1. člena Zakona o bančništvu (Uradni list Republike Slovenije, št. 25/15). Drugi dajalci kreditov poslujejo na podlagi 2. člena Zakona o potrošniških kreditih (ZPotK-2), Uradni list Republike Slovenije, št. 77/16, in na podlagi dovoljenja za opravljanje storitev potrošniškega kreditiranja, ki ga na podlagi 31. člena ZPotk-2 izda Ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo (v nadaljevanju MZGT). Skladno z 32. členom ZPotk-2 ob izdaji dovoljenja MZGT dajalcu kreditov izda nalepko, s katero mora dajalec kredita skrbno ravnati in jo nalepiti na vidnem mestu.

Posredniki delujejo na osnovi sklenjene pogodbe o kreditnem posredništvu z banko ali dajalcem kredita in na podlagi Pravilnika o pogojih, ki jih mora izpolnjevati **kreditni posrednik** (Uradni list Republike Slovenije, št. 77/16) ali na podlagi Sklepa o pogojih za posredovanje potrošniških kreditov za **bančnega kreditnega posrednika** (Uradni list Republike Slovenije, št. 9/17 in 26/17). ZPotK-2 v 2. členu definira kreditnega posrednika kot fizično ali pravno osebo, ki v okviru svoje dejavnosti, poslovanja ali poklica potrošniku predstavlja in ponuja kredite, pomaga v postopkih pred sklenitvijo kreditne pogodbe ali v imenu dajalca kredita z njim sklepa kreditne pogodbe. Posrednik deloma prevzema delo in funkcijo banke ali dajalca kredita in ni le tisti, ki potrošnika spravi z njima v stik.

BS vodi evidenco do spletnih strani, kjer imajo banke objavljene sezname svojih posrednikov. V Sloveniji je več kot 1.000 bančnih posrednikov. Sistematičen zbirni pregled nad posredniki dajalcev kreditov ne obstaja. Tudi dajalci kreditov na svojih spletnih straneh večinoma ne vodijo seznama.

1.2.2 Področja delovanja in interesi kreditnih posrednikov

Posredniki so v svoji osnovni funkciji trgovci, ki delujejo na področjih prodaje trajnih dobrin in določenih storitev. Njihova primarna dejavnost je prodaja vozil, prodaja notranje opreme za stanovanjske prostore, prodaja bele tehnike, računalniške opreme, telekomunikacijskih naprav. Na področju storitev so prisotni v panogi turizma, a ne v tolikšni meri kot na področju trajnih dobrin.

Posredniki s kreditnim posredništvom uresničujejo več svojih interesov. Njihov primarni interes je prodaja blaga in storitev s svojega prodajnega področja s pomočjo kredita potrošniku, ki za nakup nima nobenih privarčevanih sredstev. Nadaljnji interes je pospešitev prodaje pri potrošnikih, ki že imajo določena finančna sredstva in jim kredit omogoča hitrejši nakup zelenega blaga ali opravljene storitve. S pomočjo kredita lahko posredniki prodajo blago višjega cenovnega razreda, ko potrošniki želijo višji standard (Rose, 1991, str. 271) ali blago višje kakovosti (angl. *upselling*).

Sledijo zadovoljstvo strank s storitvijo na enem mestu (nakup blaga in ureditev kredita), finančne spodbude s strani bank in dajalcev kredita, ki jih prejmejo za posredovane kredite, konstanten neposreden stik z aktualnimi in novimi možnostmi kreditiranja na trgu, prispevanje k razvoju kreditne ponudbe preko povratnih informacij bankam in dajalcem kredita.

1.2.3 Ponudba in vrste potrošniških kreditov pri kreditnih posrednikih

Posredniki kupcem svojega blaga in storitev ponujajo namenske potrošniške kredite in lizing za določeno skupino blaga (npr. vozila) bank in dajalcev kredita (v nadaljevanju bank). Kredit in lizing (v nadaljevanju kredit) sodita pod okrilje ZPotK-2, in med njima obstajajo razlike, ki jih posredniki izkoristijo za to, da z njihovo pomočjo prodajo svoje blago.

Osnova ponudbe pri posrednikih je kredit, ki ga ima v svoji ponudbi banka. Banke in posredniki ponudbo nadgrajujejo z dodatnimi storitvami, ki so vezane na predmet nakupa in financiranja. Ustvarjajo paketne ponudbe kredita, kjer so v mesečni obrok vključene tudi storitve, povezane z uporabo in zavarovanjem predmeta ter zavarovanja kreditjemalcev (zavarovanje za primer brezposelnosti, nezgodne smrti, nezgodne invalidnosti, zavarovanje finančne vrzeli). Potrošniki v paketu dobijo več storitev na enem mestu in v enem

mesečnem obroku. Dodatne storitve so lahko vključene tudi za več let vnaprej, finančne skrbi potrošnikov so manjše, saj je breme porazdeljeno med mesečne obroke kredita.

Posredniki si z vključenimi storitvami, ki jih opravljajo sami (npr. vzdrževanje predmeta financiranja), zagotovijo stranko za več let naprej. Banke lahko povečajo znesek odobrenega kredita za vse vključene storitve in na ta način povečajo svoj zaslužek. Zaradi vključenih zavarovanj kreditojemalca (npr. zavarovanje za primer brezposelnosti) je njihovo tveganje neplačila mesečnega obroka nižje.

Poleg paketne ponudbe kreditov kot oblike navzkrižne prodaje, ponujajo posredniki tudi kredite z nižjo akcijsko obrestno mero, ki lahko sega vse do 0 % ali dodaten popust za nakup blaga, v kolikor potrošniki nakup financirajo. S paketnimi in akcijskimi ponodbami pospešujejo prodajo svojih izdelkov in hkrati kreditov bank.

Kredit za potrošnike pomeni enako obliko financiranja kot bi je bili deležni z obiskom na banki, s podobno ali akcijsko obrestno mero in stroški kredita. Z ureditvijo kredita pri posrednikih za potrošnike odpade obisk banke, ki pomeni dodaten čas in stroške, hkrati imajo potrošniki možnost v mesečni obrok vključiti več dodatnih storitev, vezanih na predmet financiranja in zavarovanje kredita.

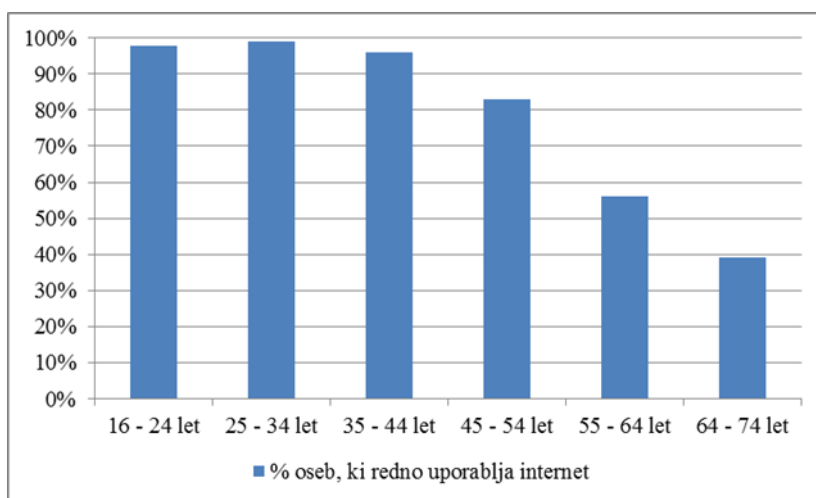
2 ELEKTRONSKO BANČNIŠTVO

Področje elektronskega poslovanja je urejeno z Zakonom o elektronskem poslovanju na trgu (ZEPT), Uradni list Republike Slovenije št. 96/09. Elektronsko poslovanje je skladno s 3. členom ZEPT »storitev informacijske družbe«, to je storitev, ki se po navadi zagotavlja za plačilo, na daljavo, z elektronskimi sredstvi in na posamezno zahtevo prejemnika storitev. Pri tem na daljavo pomeni, da se storitev zagotavlja, ne da bi bili strani navzoči sočasno. Ponudnik storitev mora zagotoviti lahek, neposreden in stalen dostop do podatkov o podjetju ter veljaven elektronski naslov za hitro in učinkovito komuniciranje.

2.1 Uporaba interneta

Dostop do interneta in njegova uporaba sta temeljna pogoja za razvoj in uporabo elektronskega bančništva (v nadaljevanju e-bančništvo). Po podatkih statističnega urada Slovenije ima dostop do interneta v Sloveniji v 1. četrtnem letu 2017 82 % gospodinjev, 79 % oseb ga redno uporablja, kar je za 10 odstotnih točk več kot v letu 2011. V letu 2017 je statistika izmerila redne uporabnike, v letu 2011 pa govori zgolj o uporabnikih, za katere ni znano, ali so redni uporabniki ali ne. Delež uporabe med različnimi starostnimi skupinami je različen. Skoraj 100 % oseb v starosti med 16 in 44 let redno uporablja internet. To je tudi populacija, ki si ustvarja materialne pogoje za življenje in za njihovo uresničitev potrebuje kredit.

Slika 2: Uporaba interneta pri posameznikih, Slovenija, 2017



Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2017.

Večja razširjenost redne uporabe interneta pomeni, da ima več prebivalcev od doma dostop do storitev, ki jih ponuja internet, hkrati pomeni tudi večji potencial za podjetja, da potrošnike neposredno nagovarjajo. Pomeni tudi, da potrošniki lažje in hitreje sprejemajo elektronske novice, ki jih podjetja in ustanove uvajajo v poslovanje, saj so uporabe storitev preko interneta navajeni.

2.1.1 Internet kot vir informacij o kreditni ponudbi

Banke in posredniki uporabljajo internet kot platformo za dajanje informacij potrošnikom. Na njem predstavljajo svoje poslovanje ter nudijo informacije, ki potrošnikom pomagajo pri sprejemanju nakupnih odločitev in odločitev o kreditu.

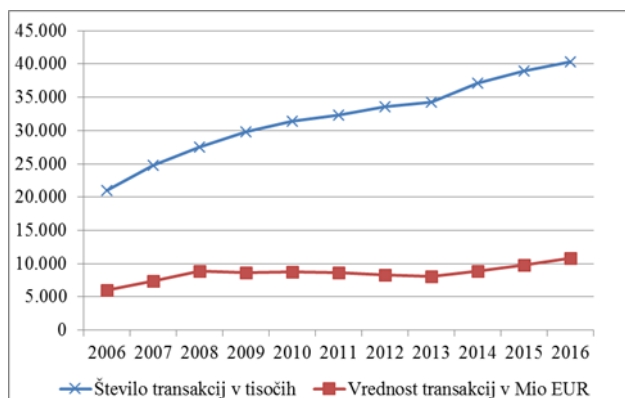
Banke na internetu celovito predstavljajo vrste in bistvene značilnosti potrošniških kreditov (doba odplačila, ali gre za kredit s fiksno ali spremenljivo obrestno mero, najnižji in najvišji mogoči znesek kredita, najnižji sprejemljivi mesečni obrok, možnosti zavarovanja kredita), omogočajo informativni izračun kredita, lahko tudi okvirni amortizacijski načrt. Na internetu objavijo tudi seznam potrebne dokumentacije za odobritev kredita, ločeno po skupinah strank (zaposleni, upokojenci). Internet lahko poleg informativne opravlja tudi svetovalno vlogo.

2.2 Uporaba elektronskega bančništva

Rastoča redna uporaba interneta je prinesla tudi večjo uporabo e-bančništva med potrošniki. Obstajata dva načina e-bančništva. Prvo se je razvilo e-bančništvo preko osebnih računalnikov (v nadaljevanju i-bančništvo), v zadnjih treh letih mu intenzivno

sledi razvoj in uporaba e-bančništva preko mobilnih telefonov (v nadaljevanju m-bančništvo). Po podatkih BS število transakcij i-bančništva vsako leto narašča (Slika 3). Vrednost transakcij i-bančništva je naraščala do leta 2008, v obdobju finančne krize malenkost zanihala navzdol, od leta 2014 ponovno raste.

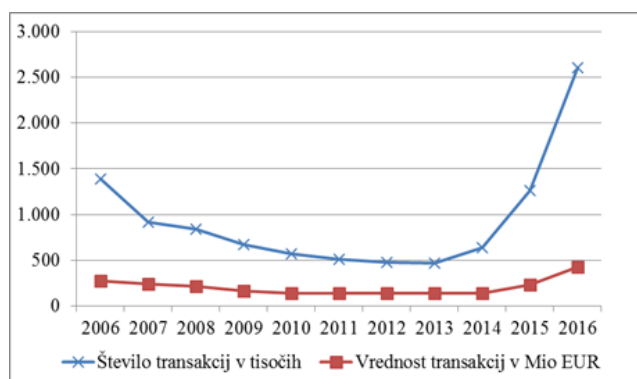
Slika 3: Elektronsko bančništvo preko interneta z uporabo osebnih računalnikov, fizične osebe in s.p., plačilni promet doma



Vir: Banka Slovenije, Bilten, 2017b, str. 55.

Prav tako med potrošniki narašča uporaba m-bančništva. Statistika BS spremlja uporabo e-bančništva preko mobilnih telefonov skupaj z uporabo telefonske banke (telebanka). Sklepam, da je število transakcij do vključno leta 2013 padalo na račun vse večje uporabe i-bančništva in da od leta 2014 uporaba strmo raste na račun večje uporabe pametnih mobilnih telefonov. Število transakcij m-bančništva je v letu 2016 naraslo za več kot 300 % glede na leto 2014, vrednost njihovih transakcij za več kot 200 %.

Slika 4: Elektronsko bančništvo preko telebanke in mobilnih telefonov, fizične osebe in s.p., plačilni promet doma



Vir: Banka Slovenije, Bilten, 2017b, str. 55.

Uporaba e-bančništva za potrošnike pomeni dosegljivost 24 ur na dan. Kjerkoli in kadarkoli imajo na razpolago orodja za uporabo, osebni računalnik ali mobilni telefon ter omogočen dostop do interneta. Z razširjeno uporabo mobilnih telefonov se je uporabnost e-bančništva še razširila. Če računalnik pomeni fizično omejitev na uporabo doma, kjer imamo dostop do interneta, je mobilni telefon prinesel možnost uporabe na vseh mestih, kjer je dovoljena uporaba mobilnega telefona in kjer signal operaterja omogoča prenos podatkov ali je na voljo brezžično omrežje, dostopno potrošnikom.

2.2.1 Področja uporabe elektronskega bančništva

Banke storitve e-bančništva ponujajo za različne vrste storitve. Večina bank na slovenskem trgu nudi obe vrsti storitev e-bančništva (i-bančništvo in m-bančništvo) za najbolj pogoste bančne transakcije kot sta plačilo računov in nakazilo denarja.

Stanje je drugačno na področju kreditiranja in znotraj njega potrošniških kreditov – banke večinoma ne omogočajo sklenitve potrošniškega kredita preko e-bančništva. Svojim strankam nudijo vpogled v stanje odobrenih kreditov, 6 bank omogoča oddajo vloge oz. naročila za odobritev kredita (v nadaljevanju e-vloge) preko i-bančništva. Pri oddaji e-vloge so zneski kredita in doba odplačila kredita omejeni. Znesek kredita je navzgor omejen na 10.000 €, z izjemo ene banke, kjer je najvišji znesek kredita 35.000 €. Navzgor omejena je tudi doba odplačila kredita na 36 mesecev, razen pri eni banki, kjer je doba kredita do 120 mesecev. Po oddaji e-vloge stranka kreditno pogodbeno dokumentacijo podpiše v poslovalnici banke in nima možnosti, da jo podpiše z digitalnim podpisom (e-podpisom) preko interneta.

Vsi potrošniki in ne samo stranke banke, ki uporabljajo e-bančništvo, imajo preko interneta dostop do odobritve kreditov pri eni banki in enem kreditnem posredniku dajalca kreditov. Znesek kredita je v teh dveh primerih omejen navzgor do 5.000 €, doba odplačila na največ 60 mesecev. Potrošniki preko spleta vnesejo podatke v vlogo za kredit, dodatno dokumentacijo za odobritev pošljejo po e-pošti, pogodbeno dokumentacijo podpišejo v poslovalnici banke. Kreditni posrednik omogoča podpis ali pri dostavi blaga ali v svoji fizični trgovini. Raziskava PricewaterhouseCoopers (2015, str. 1) kaže, da si potrošniki želijo odobritev kredita, ki bo potekala elektronsko od začetka in vse do konca (angl. *end to end*). Preko spleta je kredit pri več ponudnikih mogoče skleniti v nemško govorečih državah, možnost sklenitve na daljavo ponujajo tudi francoske banke, kjer potrošnik dobi odgovor najkasneje v 24-ih urah. V Romuniji npr. je septembra 2017 ING Banka Romania preko svoje spletne strani ponudila možnost sklenitve kredita v 15-ih minutah.

3 RAZVOJ ELEKTRONSKEGA KREDITNEGA POSREDNIŠTVA

3.1 Potencial za razvoj poslovanja

Elektronsko kreditno posredništvo (v nadaljevanju e-posredništvo) pomeni, da je kreditna pogodba za potrošniški kredit sklenjena v elektronski obliki, z možnostjo sklenitve 24 ur na dan, od kjerkoli. Načina sklenitve sta dva, ali jo sklenejo posredniki v fizični trgovini ali jo sklenejo potrošniki v spletni trgovini posrednika. V prvem primeru je časovna determinanta e-posredništva omejena. Predpostavljam, da posredniki poslujejo vsak delovni dan in ob sobotah, nekateri tudi ob nedeljah in je tako čas poslovanja praviloma daljši od delovnega časa bank v fizičnih poslovalnicah. V nadaljevanju bom preučila možnost uvajanja e-posredništva pri posrednikih.

Za uspešen razvoj in uporabo novih oblik poslovanja je pomembno, da so izpolnjeni temeljni pogoji. Kot temeljne pri razvoju e-posredništva opredelim zakonske okvirje, interes udeležencev, delujoč trg in tehnološke pogoje.

3.1.1 Zakonski okvirji

ZEPT v 4. členu izenačuje poslovanje v elektronski obliki s poslovanjem v papirni obliki. ZPotK-2 v 7. členu določa, da posredniki potrošnikom zagotovijo predhodne informacije o kreditni pogodbi, na podlagi katerih potrošniki primerjajo različne ponudbe in presodijo ustreznost kreditne pogodbe glede na svoje potrebe in finančni položaj. S tem je zagotovljeno, da so potrošniki informirani o posledicah svojih odločitev (Stegovec, 2016, str. 46). Predhodne informacije se potrošnikom po 7. členu ZPotK-2 zagotovijo pravočasno pred sklenitvijo kreditne pogodbe ali po sklenitvi kreditne pogodbe, če je ta na njihovo zahtevo sklenjena preko e-poslovanja, ki ne omogoča zagotavljanja predhodnih informacij. Zakonodaja potrošnike varuje pred lastno nepremišljenostjo, enako s tem varuje banke (Stegovec, 2016, str. 50). E-posredništvo daje bankam možnost, da izbirajo čas, ko potrošnike seznanijo s predhodnimi informacijami (ali pred ali takoj po podpisu kreditne pogodbe) E-posredništvo omogoča sistemsko zagotavljanje upoštevanja zakonodaje ter izloča možnost napake zaradi človeškega faktorja, saj spletna platforma sistematično vodi posrednike in potrošnike skozi vse faze odobritev kredita – od informativnega izračuna, predhodnih informacij, kreditne pogodbe do preostale pogodbene dokumentacije.

Pred odobritvijo kredita mora biti skladno z 10. členom ZPotK-2 ocenjena kreditna sposobnost potrošnika, to je njegova sposobnost, da bo kredit lahko odplačal. 10. člen ZPotk-2 določa, da se kreditna sposobnost oceni na podlagi informacij, ki jih podajo potrošniki in na podlagi informacij, pridobljenih s poizvedbo v ustrezni zbirki osebnih podatkov o boniteti oziroma zadolženosti potrošnika. Zakonodajalec si prizadeva vzpostaviti odgovoren in zanesljiv trg kreditiranja (Stegovec, 2016, str. 41), ki bo zdržen na dolgi rok in bo užival zaupanje potrošnikov, pri čemer so nove prodajne poti način, ki zaupanje potrošnikov povečuje (SCN Education, 2001, str. 115). Od potrošnikov se pričakuje, da bodo zagotovili ustrezne, popolne in ažurne podatke o svoji finančni sliki in s tem zmanjšali asimetrijo informacij (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 41).

Obstajajo različni načini zbiranja podatkov o boniteti fizičnih strank. V svetu so razširjeni kreditni biroji (angl. *credit bureau*), ki so v zasebni lasti ter kreditni registri, ki so v javni lasti (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 38). Dejavnost kreditnih birojev in kreditnih registrov je ponudba podatkov za oceno kreditne sposobnosti potrošnikov. V Sloveniji je razvit centralni kreditni register Sisbon, v katerem se zbirajo podatki o zadolženosti posameznikov. Vzpostavljen je z namenom upravljanja finančne stabilnosti, upravljanja tveganj in upravljanja sistema izmenjave informacij. Omogoča učinkovito ocenjevanje kreditnega tveganja pred sklepanjem kreditnih poslov s fizičnimi osebami. Upravlja ga BS, vanj so obvezno vključene vse banke in dajalci kredita katerih prevladujoča dejavnost glede na ustvarjene prihodke preteklega poslovnega leta je opravljanje storitev kreditiranja in finančnega lizinga – v letu 2017 jih je vključenih 22. Banke imajo dostop do vseh zbranih podatkov, dostop, vendar do omejenega nabora podatkov, imajo tudi dajalci kredita. Dostop do podatkov je nadzorovan in dovoljen le pooblaščenim osebam pri ponudnikih kreditov (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 41-45).

3.1.2 Interes udeležencev in delujoč trg

Obseg odobrenih potrošniških kreditov je po letih krize v letu 2017 ponovno v porastu. Na trgu potrošnih dobrin deluje aktivna mreža posrednikov, ki imajo znanja in izkušnje pri trženju kreditov. Posredništvo združuje 2 ponudnika, banke kot ponudnike kredita, in posrednike kot poslovne subjekte, ki potrošnikom ponujajo kredite banke. E-posredništvo tako bankam kot posrednikom odpira dodatne možnosti za večjo in hitrejšo prodajo obstoječih ter razvoj novih kreditnih produktov, s katerimi banke in posredniki segmentirajo svojo ponudbo, da je prilagojena posameznemu potrošniku in s tem pridobivajo konkurenčno prednost (PricewaterhouseCoopers, 2015, str. 28). Skupaj z bankami konkurenčno prednost pridobivajo tudi posredniki, ki jim e-posredništvo prinaša hitrejšo in enostavnejšo odobritev kredita in z njo kakovostno prodajo blaga, s katero bodo potrošniki zadovoljni. Kakovostna storitev e-posredništva prinaša večje zadovoljstvo strank, večje zadovoljstvo vodi k večji lojalnosti in s tem zmanjšuje možnost, da bodo potrošniki pri naslednjem nakupu izbrali drugega ponudnika (Amin, 2016, str. 280).

Pozitiven interes vseh udeležencev v procesu je osnovni gradnik razvoja nove storitve. Bistven je interes bank, ki skrbijo za proces odobravanja kreditov, a brez sodelovanja posrednikov in sprejemanja novosti pri potrošnikih, nov način ne more zaživeti skladno z načrtovanim ali pa za razvoj potrebuje daljši čas. Razvoj nove storitve se začne, ko udeleženci ocenijo, da so predvidene koristi od nove storitve večje od stroškov, ki jih bodo imeli z njenim razvojem, uvajanjem in nadaljnjo uporabo. Ko je e-posredništvo že razvito, je za potrošnike pomembna celostna nakupna izkušnja, zato je že pri razvoju in nato pri spremljanju uvedene novosti potrebno upoštevati vse vidike nakupne izkušnje (Sahoo & Pillai, 2017, str. 1114).

Banke imajo osnovni interes za trženje potrošniških kreditov, saj z njim zmanjšujejo vpliv poslovnih ciklov (Rose, 1991, str. 276), ko se dejavnost kreditiranja poslovnih subjektov bistveno spreminja glede na makroekonomsko okolje. Potrošniški krediti so za banko dobičkonosni, običajno gre za kredite s privlačno (angl. *sticky*) in nespremenljivo obrestno mero (Rose, 1991, str. 244). Višina obrestne mere je eden odločilnih faktorjev, ko potrošniki izbirajo kredit. E-posredništvo, ki vključuje hitrost, preglednost ponudbe, podporo strankam omogoča, da banke na trgu ne tekmujejo samo s ceno, ampak s celostno izkušnjo za potrošnike (PriceWaterhouseCoopers, 2015, str. 2; Modic, 2017), s katero se ločijo od tekmecev.

Nove tehnologije omogočajo razvoj storitev in prodajnih poti, s pomočjo katerih banke dvigujejo nivo produktivnosti, večajo obseg poslovanja in znižujejo stroške. Storitve e-bančništva so stroškovno učinkovitejše od enakih storitev, opravljenih preko drugih prodajnih poti. Najcenejše so storitve m-bančništva. Povprečni strošek njihove uporabe predstavlja 1/50 stroška v poslovalnici, 1/10 stroška na bankomatu in 1/2 stroška i-bančništva (Jun & Palacios, 2016, str. 307-308). Banke, ki želijo biti med konkurenčnimi in stroškovno učinkovitimi, težijo k razvoju cenejših oblik poslovanja in si kot podjetja v storitveni industriji stalno prizadevajo za dvig učinkovitosti, zagotavljanje visoko kakovostnih storitev in doseganje zadovoljstva potrošnikov (Ayo, Oni, Adewoye & Eweoja, 2016, str. 347). Preko novih storitev ohranjajo lojalnost obstoječih strank, širijo svoj teritorij poslovanja in ponujajo svoje storitve več potencialnim potrošnikom, pridobivajo mlajše potrošnike in ponujajo kompleksne proizvode, prilagojene posameznemu potrošniku, saj splošna ponudba (angl. *one-size-fits-all*) ni več dovolj (Jun & Palacios, 2016, str. 308-316; PriceWaterhouseCoopers, 2015, str. 1; SCN Education, 2001, str. 67).

Ponudba kakovostnega m-bančništva je danes že osnovni pogoj za delovanje in razvoj banke (Jun & Palacios, 2016, str. 308). Ob strmo naraščajoči uporabi m-bančništva je smiselno, da se e-posredništvo razvija hkrati na računalnikih in mobilnih telefonih. Banke se bodo med seboj razlikovale po kakovosti storitev, ki jih bodo ponujale na platformi m-bančništva in po razvoju novih storitev, ki bodo na voljo potrošnikom na razumljiv in enostaven način (Jun & Palacios, 2016, str. 308). Sodelovanje s posredniki bankam omogoča, da svojo ponudbo prilagodijo določeni skupini potrošnikov, katerih nakupne navade in potrebe zelo dobro poznajo (PriceWaterhouseCoopers, 2015, str. 2) in tudi v sodelovanju s posredniki zanj pripravijo posebno ponudbo ter s tem povečajo uspešnost svoje prodaje. Sodelovanje s posredniki bankam omogoča, da so z novo, individualno storitvijo, po meri potrošnika, prisotne tudi neposredno na trgu trajnih potrošnih dobrin in ne samo v svojih bančnih poslovalnicah. Na ta način si skrajšajo pot do potrošnikov in znižajo stroške trženja, saj so posredniki prvi tržniki njihovih storitev.

Potrošnikom e-posredništvo prinaša hitrejša in enostavnejša opravljena storitve. Pomeni tudi nove proizvode, ki hitreje, v večji meri ali na drugačen način izpolnjujejo potrebe potrošnikov in pri njih odkrivajo, ustvarjajo ter zadovoljujejo nove potrebe.

E-posredništvo potrošnikom zagotavlja boljšo uporabniško izkušnjo in je način, s katerim so zadovoljni tudi mlajši potrošniki (PriceWaterhouseCoopers, 2015, str. 1), ki cenijo hitre, intuitivne izkušnje, ki tečejo gladko in brez zapletov (angl. *seamless experience*). Dodana vrednost je visoka, saj so storitve za potrošnike udobne, prikladne (angl. *convenient*), interaktivne, z možnostjo dostopa brez prostorskih in časovnih omejitev (Jun & Palacios, 2016, str. 307). Zadovoljstvo potrošnikov je večje (Hoffmann Sampaio, Junior Ladeira & De Oliveira Santini, 2017, str. 1131), ker kakovostna e-storitev povečuje njihovo zaupanje, lojalnost in pozitiven prenos izkušnje od ust do ust (angl. *word of mouth*).

Posredniki so vezni člen med bankami in potrošniki. Njihov osnovni interes je večja prodaja blaga in storitev s pomočjo kredita ter potrošniki, ki bodo z nakupom zadovoljni. Nakup vključuje tako nakup blaga kot opravljeno storitev kreditnega posredništva. Zadovoljstvo z obema vidikoma vpliva na celotno nakupno izkušnjo potrošnikov. E-posredništvo posrednikom prinaša hitrejšo odobritev kredita, manj dela in več časa, ki ga lahko investirajo v stik s tistimi potrošniki, ki cenijo osebni stik (PriceWaterhouseCoopers, 2015, str. 28), prinaša jim večje možnosti prodaje blaga višje vrednosti, več priložnosti za navzkrižno prodajo in večje zadovoljstvo potrošnikov.

Vloga posrednikov je trojna. Odgovorni so potrošnikom, da jim svetujejo v dveh različnih transakcijah (nakup blaga, odobritev kredita), na način, da mesečni obrok kredita za njih pomeni znosno finančno breme. Skušnjava posrednikov je svetovanje do skrajne meje kreditne sposobnosti potrošnika tudi kadar začetijo, da bo mesečni obrok kredita za potrošnika morda preveliko breme. Po raziskavi PriceWaterhouseCoopers (2015, str. 8) so posredniki pri npr. prodaji vozila tisti, ki značilno najbolj vplivajo na odločitev potrošnikov o kreditu – 43% anketiranih v raziskavi je nasvet posrednika uvrstilo med 3 faktorje, ki vplivajo na odločitev o izbiri kredita. Sledijo tradicionalni mediji kot sta TV in tisk ter obstoječe povezave z banko – oba faktorja je med prve tri uvrstilo 24% anketiranih (PriceWaterhouseCoopers 2015, str. 8). Posrednik so odgovorni tudi bankam, da je njihovo svetovanje in v korist potrošnikov in v korist bank ter da bo proces odobritve kredita tekkel skladno s pogodbo o posredništvu. Pri svojem delu od potrošnikov pridobivajo specifične informacije in s tem ustvarjajo bančništvo odnosov (Greenbaum *et al.*, 2016, str. 429). Pridobljene informacije so pomemben in neposreden vir za banke, ko ustvarjajo nove proizvode, narejene po meri potrošnika.

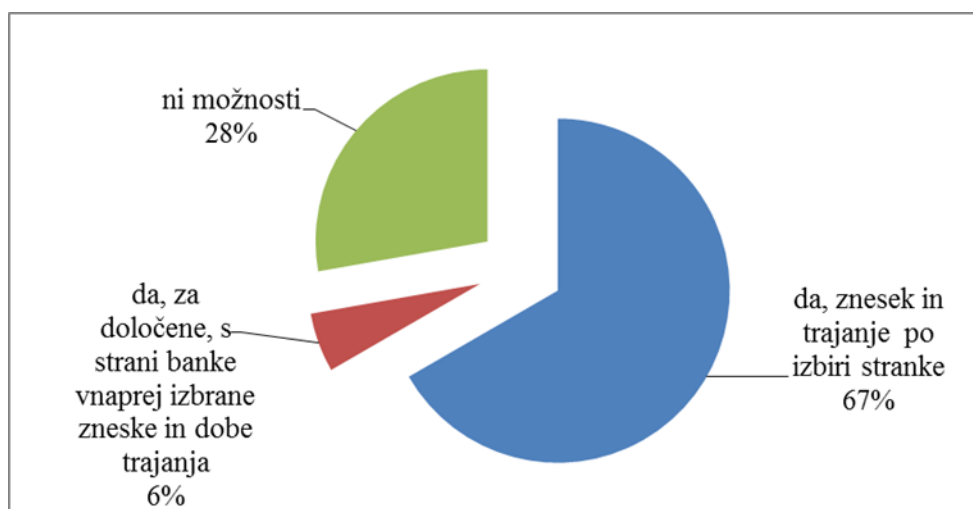
Kredit lahko pomeni za družinski proračun dolgoročno in veliko obremenitev (Stegovec, 2016, str. 46), zato pomeni določeno mero stresa za potrošnike. Interes posrednikov je imeti na voljo orodja in storitve, ki bodo zmanjšala stres in omogočila enostaven, potrošnikom prijazen proces. Na ta način si posredniki povečajo možnost, da so potrošniki s celotnim nakupom zadovoljni in da se bodo še vračali na prodajno mesto.

3.1.3 Tehnološki pogoji za razvoj

Dane so osnovne možnosti za razvoj e-posredništva v Sloveniji. Prisotna je visoka stopnja redne uporabe i-bančništva in strmo rastoča uporaba m-bančništva. Uporaba e-podpisa je široko razširjena, v več panogah in v več podjetjih znotraj ene panoge. Na trgu obstaja razširjena mreža posrednikov, ki poznajo področje trženja in odobravanja kreditov. Obstajajo potrošniki, ki so navajeni, da lahko namenski potrošniški kredit uredijo pri posrednikih in ne samo na bankah. Obstaja enoten register podatkov o boniteti in zadolženosti strank (potrošnikov).

E-posredništvo pospeši obstoječo prakso. SCN Education (2001, str. 119) našteva 4 faze razvoja internetnih storitev banke. V 1. fazi banke in posredniki uporabljajo internet kot platformo za promocijo, na kateri potrošnikom nudijo informacije o kreditu. 2. faza prinaša lahko interaktivnost (angl. *light interactivity*), ko potrošniki na spletni strani naredijo informativni izračun želenega zneska in dobe odplačila kredita. Vse slovenske banke razen ene imajo razvito fazo 1, dve tretjini bank fazo 2. Možnost spletnega informativnega izračuna imajo tudi določeni kreditni posredniki.

Slika 5: Možnost informativnega izračuna kredita na spletni strani banke



Vir: Povzeto in prilagojeno po spletnih straneh slovenskih bank, november 2017, priloga 4.

V 3. fazi banke preko e-poslovanja nudijo vse svoje storitve, 4. faza pomeni uporabo e-posredništva na strateški način za doseg ciljev bank, do takrat, ko novo storitev na podobnem nivoju uporabljajo vsi tekmeči na trgu (SCN Education, 2001, str. 119).

E-posredništvo zahteva povezavo informativnega izračuna kredita, ki je na voljo posredniku, z bančnim sistemom odobravanja kreditov, in povezavo tega naprej s sistemom Sisbon ter s transakcijskim računom potrošnika. Razvoj povezav med sistemi zmanjša ročen vnos podatkov na minimum in omogoči odobritev takoj. Predstavlja

investicijo v nadgradnjo in medsebojno povezavo vseh obstoječih sistemov. Za optimalno delovanje in minimalno potrebno število ročnih vnosov je potrebna harmonizacija načina vnosa podatkov o stranki v e-banke pri vseh bankah in odprta možnost njihovega prenosa v različne sisteme bank za odobritev kredita. Postavlja se vprašanje upravičenosti razmerja med stroški razvoja in učinkovitostjo ter vprašanje varnosti odpiranja sistemov navzven. Smiselni pobudnik projekta je BS kot osrednji skrbnik varnosti finančnega sistema in skrbnik registra podatkov o boniteti strank. Pri oceni časa in stroškov razvoja je potrebno upoštevati, da se povezuje več različnih sistemov za odobravanje kredita, več različnih e-bank (vsaka banka ima svojo e-banko ter svoj sistem odobravanja kreditov) in enoten sistem Sisbon.

Pri povezovanju sistemov in pripravi posrednikom ter potrošnikom prijaznih aplikacij je smiselno upoštevati tiste vrste tehničnih napak zaradi katerih se uporabniki najpogosteje pritožujejo. To so varnost, enostavna uporaba in ustreznost aplikacije (Hoffmann Sampaio *et al.*, 2017, str. 1131). Med točkami, ki so moteče za uporabo in pomenijo, da bo nova prodajna pot težje sprejeta med uporabniki, Hoffmann Sampaio *et al.* (2017, str. 1131) omenja tudi »padanje« sistema, nefunkcionalnost aplikacije in aplikacijo, ki je težko razumljiva. Kot uporabniki nastopajo tako posredniki kot potrošniki, zato je pri pripravi tehnoloških rešitev smiselno upoštevati način uporabe pri enih in drugih.

Razvoj enotnega sistema kreditnih točk pomeni nadaljnjo poenoteno osnovo pri oceni kreditne sposobnosti. V Sloveniji je razvit sistem Sisbon, ki zbira informacije o boniteti potrošnikov, a na njihovi podlagi ne računa bonitete po sistemu kreditnih točk. V kolikor bi sistem kreditnih točk že obstajal, bi ga lahko nadgradili v e-posredništvo. Postavlja se tudi zelo pomembno vprašanje varnosti z odpiranjem Sisbon-a kot sistema zaupnih podatkov navzven, to je vzpostavljanja avtomatične povezave Sisbon-a do bančnih sistemov za odobravanje kreditov. Povezovanje zahteva tudi visoko mero enotnosti in sodelovanja med vsemi udeleženci, hkrati pa za vse prinese lažje in bolj transparentno poslovanje.

3.1.3.1 Varnost in zanesljivost internetnega poslovanja

Laudon in Traver (2009, str. 261) pravita, da pomeni za večino potrošnikov internet obljubo velikega, globalnega trga, ki omogoča dostop do ljudi, blaga in storitev po vsem svetu, vse po ugodni ceni. Hkrati je spletni kriminal manj tvegan, saj je dostop do njega mogoč iz daljave in skoraj anonimno. Internet prikriva identiteto kriminalcev in jo zavija v identitete, ki so videti legitimne (Laudon & Traver, 2009, str. 261).

Po podatkih Federal Bureau of Investigation, Internet Crime Complaint Centra (2016, str. 16), se število pritožb nad zlorabami na internetu v zadnjih letih bistveno ne povečuje, kljub dejstvu, da njegova uporaba stalno narašča. Najpogostejša zloraba je ne dobava blaga ali storitve (22 % prijavljenih primerov), sledi nepooblaščen uporaba osebnih podatkov (7 % primerov), prevare s kreditnimi karticami se po pogostosti zlorabe uvrščajo na 9. mesto.

Njihova zloraba z leti upada, saj podjetja razvijajo varnostne sisteme, ki ščitijo pred najbolj pogostimi zlorabami nižje vrednosti, pri čemer znesek izgub ostaja pomemben, a stabilen, in predstavlja padajoč delež v primerjavi s celotnim prometom (Laudon & Traver, 2009, str. 264-266). V Sloveniji varnost na internetu spremlja Slovenski center za posredovanje pri omrežnih incidentih SI-CERT, ki javno ne objavlja zbirne statistike zlorab za določeno leto, ampak le opozarja na posamezne načine internetnih nevarnosti.

Varnost poslovanja je eden od ključnih dejavnikov pri vzpostavitvi e-posredništva. Varnostni vidik je še posebej pomemben za banke, kjer je osnova sodelovanja zaupanje in kjer se zbira in posreduje veliko število osebnih, zaupnih, občutljivih podatkov. Vsaka novost pri potrošnikih vzbuja določeno mero nezaupanja in odpora, pri e-poslovanju se nezaupanje iracionalno lahko še poveča, ker je internet nekaj neotipljivega, čeprav smo nevarnosti izpostavljeni vsak dan (oropajo nas lahko tudi, ko banko fizično obiščemo). Internetni kriminal je dinamičen, ves čas se spreminja, z novimi oblikami, ki se pogosto pojavljajo (Laudon & Traver, 2009, str. 266). Obsežni hekerski napadi v letu 2017 (Gole, 2017; Mihajlović, 2017) so prizadeli tudi slovenska podjetja in banke, zato je temu področju potrebno nameniti stalno in dosledno pozornost.

Varnosti je lahko tudi preveč (Laudon & Traver, 2009, str. 269). Več kot je varnostnih ukrepov, težja je uporaba internetnih strani, počasnejše je njihovo delovanje in večje so zahteve za shranjevanje podatkov. Sistemskim omejitvam se pridružujejo želje potrošnikov, ki si želijo prijaznih nakupov, enostavne uporabe, hitrega delovanja, malo vnosa podatkov (Laudon & Traver, 2009, str. 269). Dodatne zaščite lahko vplivajo na poslabšanje njihovih izkušenj.

3.2 Postopek elektronske odobritve kredita pri kreditnem posredniku

Potrošniki pri posrednikih urejajo vse vsebinske in formalne postopke odobritve kredita. Način je enak kot bi kredit uredili na banki, z razliko, da je pri posrednikih v času in prostoru neposredno povezan z nakupom točno določenega blaga. E-posredništvo skrajša čas od oddaje vloge za odobritev do odobritve kredita in nakupa blaga. Posredniki in potrošniki dobijo informacijo o odobritvi ali morebitni zavrnitvi kredita takoj, to je takrat, ko so potrošniki na prodajnem mestu.

Posredniki potrošnikom ponujajo in predstavljajo kredite ter morajo imeti za to potrebna znanja. Banke ob podpisu pogodbe o posredništvu izobrazijo prodajno osebje posrednikov. Seznanijo ga z eno ali več kreditnimi ponudbami, merili za presojo kreditne sposobnosti, informacijami in dokumentacijo, ki jo morajo dostaviti potrošniki, postopki odobritve ter vsebino pogodbene dokumentacije, ko je kredit odobren. Za optimalen proces je potrebno, da posredniki poznajo vse elemente procesa odobritve kredita in jih dosledno upoštevajo. Dobro poznavanje poveča njihovo možnost za uspešno in večjo prodajo kredita in blaga, kakovostno uporabo e-odobritve ter za bolj zadovoljne stranke, kar vodi k njihovi večji

lojalnosti (Amin, 2016, str. 280). Še bolj je temeljito poznavanje kreditnega procesa pomembno pri e-posredništvu. Popolne informacije, ki jih pridobijo od potrošnikov in posredujejo v e-odobritev bankam in dosledno spoštovanje postopkov, pomenita odobritev kredita takoj. V primeru zavrnitve lahko posrednik in potrošnik nemudoma iščeta drugačne možnosti nakupa (blago nižje vrednosti, za katero je kupec kreditno sposoben) ali kreditiranje pod drugačnimi pogoji, npr. z daljšo dobo odplačila kredita, morebitno višjo udeležbo potrošnika, zavarovanjem kredita s poroštvom.

3.2.1 Presoja kreditne sposobnosti

Posredniki so tisti, ki so v stiku s potrošniki v vseh fazah procesa odobritve kredita. Osnovne informacije o kreditu nudijo že na svojih spletnih straneh. Ob prodaji blaga potrošnikom posredniki pripravijo informativni izračun kredita in jim svetujejo pri odločitvi o najprimernejši obliki financiranja. Vse potrebne informacije in dokumentacijo za odobritev kredita potrošniki dostavijo posrednikom.

Sledi ocena kreditne sposobnosti, ki je ključni element procesa odobritve kredita. Banke pri merilih za presojo kreditne sposobnosti upoštevajo temeljna načela kreditiranja. Kredit se odobri tistemu, ki ga potrebuje in ki ga bo lahko odplačal (Rose, 1991, str. 245). Kot navajajo Rose (1991, str. 245) ter Lipscombe in Pond (2002, str. 210) je eden ključnih faktorjev za odobritev značaj kreditorejmalca (angl. *character of the borrower*). Nadaljnja izhodišča so strnjena v različnih angleških akronimih. Med najbolj pogosto omenjenimi je CAMPARI in ICE (Lipscombe & Pond, 2002, str. 210; Rouse, 1991, str. 5-6). Poleg finančnega izračuna, ki nakaže možnost plačila glede na današnje finančne podatke, je pomemben še pretanjen občutek, da ima potrošnik tudi moralno odgovornost kredit odplačati (Rose, 1991, str. 245). Slovenske banke pri oceni kreditne sposobnosti izhajajo iz rednih finančnih virov, iz katerih bo potrošnik kredit lahko odplačal. Merila za presojo kreditne sposobnosti se med bankami malenkostno razlikujejo in praviloma omejujejo ostanek dohodka ali pokojnine na višino zakonsko določene minimalne plače, potem ko odštejemo vse odobrene kredite. Večja je prilagodljivost pri bankah, ki nudijo tudi lizing, pri katerem so pogoji za pridobitev manj zahtevni.

Posredniki v nakupnem procesu poleg informacij o finančnem stanju, pridobijo tudi niz mehkih informacij (angl. *soft information*), ki jih Greenbaum *et al.* (2016, str. 429) definira kot informacije kvalitativne narave, osnovane na mnenju (angl. *judgement*) in zato težko merljive. Posredniki zbirajo, posredujejo in filtrirajo pridobljene informacije – delujejo kot prvo sito pri zmanjševanju deleža slabih kreditov. Njihov primarni cilj in naloga je prodaja blaga, »naloge« s področja bančništva, ki jih prinese posredništvo, so sekundarne. Negativna zaznava ali zaznava informacij, ki med seboj niso skladne in so za odobritev kredita pomembne (Rose, 1991, str. 253) pomeni, da posredniki takšno kreditiranje stranki odsvetujejo. Rouse (1991, str. 3) opozarja, da presoja ni vedno lahka, saj se zgodi, da potrošniki pritiskajo na to, da bo kredit odobren. Pozitivne mehke informacije lahko

pripomorejo k odločitvi o odobritvi kredita. Interes posrednikov je posredovati bankam tako pozitivne mehke informacije kot tudi negativne, ki lahko pomenijo, da kredit ne bo odobren in posledično blago ne bo prodano. Z zamolčanjem negativnih informacij zmanjšajo ugled in nivo poslovanja na dolgi rok. Preveč strank, ki kredita ne odplača, lahko pomeni možnost prekinitve pogodbe o posredništvu, saj se poveča kreditna izpostavljenost njihovih strank pri banki. Tako si zaprejo enega od pomembnih kanalov za pomoč pri prodaji. Pretanjena ocena kreditne sposobnosti potrošnika se od vseh posrednikov ne more vedno pričakovati, lahko pa se pričakuje aktivno sodelovanje posebej pri tistih posrednikih, katerih cilj je delovanje na dolgi rok.

Kreditna sposobnost se oceni v treh korakih. Najprej jo presodi potrošnik sam, nato posrednik na podlagi potrošnikovih posredovanih informacij, predložene dokumentacije ter meril za presojo kreditne sposobnosti, s katerimi ga je predhodno seznanila banka. V zadnjem koraku jo presodi še banka.

Čeprav je končna odločitev o odobreni vlogi v pristojnosti bank, je za učinkovito odobritev kredita in kasnejše redno odplačevanje pomembna tudi finančna pismenost kreditnojemalcev. Potrošniki ne ocenijo vedno pravilno mesečnega obroka, ki ga bodo zmogli redno odplačevati, saj vsi potrošniki niso zadostno finančno pismeni. Finančno pismenost Huhmann (2017, str. 751) definira kot niz sposobnosti, s katerimi smo sposobni razumeti komunikacijski material. Potrošniška finančna pismenost pomeni, da smo ne samo sposobni prebrati, ampak tudi obdelati in dojeti finančne informacije, optimizirati finančne odločitve in učinkovito razpolagati s finančnimi viri (Huhmann, 2017, str. 751). Potrošniki lahko tudi podcenjujejo višino potrebnega kredita ali navedejo manjši znesek kot ga dejansko potrebujejo, zato, da bi bila njihova vloga banki videti bolj privlačna (Lipscombe & Pond, 2002, str. 212).

Posredniki in banke kreditno sposobnost ocenijo skladno z merili banke za presojo kreditne sposobnosti. Rouse (1991, str. 3) pravi, da merila morda niso vedno najboljša beseda, saj izkušeni kreditodajalci uporabljajo kombinacijo tehničnega znanja in zdrave presoje (angl. *common sense*). Banke imajo možnost, da vlogo za kredit zavrnejo brez obrazložitve. Lipscombe in Pond (2002, str. 209) poudarjata, da sposobnost presojanja prihaja s prakso in izkušnjami, ne zgolj iz teorije. Smiselno je povezovanje izkušenj bank in izkušenj posrednikov, ki so vir neposrednih informacij o nakupnih in kreditnih navadah ter potrebah potrošnikov točno določenega segmenta blaga. Zaradi napačnih kreditnih presoj lahko banke propadejo, kar je pokazala tudi zadnja finančna kriza, enako kot lahko izgubijo dobiček, če ne zaznajo priložnosti za dobro kreditiranje (Lipscombe & Pond, 2002, str. 209).

Eden od načinov za oceno kreditne sposobnosti je sistem kreditnih točk (angl. *credit scoring*). Sistem kreditnih točk pomeni, da različne značilnosti potencialnega kreditnojemalca in zelenega kredita, dobijo različno število točk. Točke se seštejejo in primerjajo s tveganjem, ki ga prinaša določen kredit (Lipscombe & Pond, 2002, str. 219).

V Sloveniji enoten sistem kreditnih točk ni v uporabi, banka lahko razvije svojega, ki pa vključuje le podatke o njenih strankah.

3.2.2 Možnosti procesa elektronske odobritve pri posredniku

Idealni postopek e-odobritve kredita pri posrednikih združi obstoječe načine odobritve pri posrednikih s tehnološkimi možnostmi za hitro obdelavo in prenos velike količine podatkov, možnostmi povezave različnih sistemov podatkov in m-bančništva za hiter dostop do potrošnikov. Pri tem pusti odprto možnost dodajanja mehkih informacij. Prinese enkratno nakupno in kreditno izkušnjo za potrošnike. Med seboj elektronsko poveže ponudbo za blago, sistem banke za odobravanje kreditov, ki vključuje tudi informativni izračun kredita pri posredniku, merila banke za presojo kreditne sposobnosti, sistem Sisbon in m-banko potrošnika. Pri povezovanju sistemov je potrebno biti še posebej pozoren na tiste točke, zaradi katerih se potrošniki pogosto pritožujejo, ko uporabljajo m-bančništvo, saj so potrošniki tisti člen, ki novost sprejme ali ne. Pri hitrem razvoju digitalnega poslovanja so tudi tisti, ki lahko narekujejo razvoj.

Kako poteka možen proces e-posredništva? V prvi fazi potrošniki pri posredniku izberejo želeno blago po dogovorjeni ceni. Ko je izbrani način plačila kredit, posredniki pripravijo informativni izračun kredita, ki je neposredno povezan s sistemom banke za odobritev kredita. Na voljo imajo lahko eno ali več ponudb kredita, ki jih predstavijo potrošnikom. Zaželeno je, da je na izbiro več ponudb, saj potrošniki cenijo, kadar jih lahko med seboj primerjajo (PricewaterhouseCoopers, 2015, str. 1), kar za banko ter posrednika predstavlja konkurenčno prednost. Pomembno je, da so glavne značilnosti posamezne ponudbe kredita predstavljene jasno in razumljivo ter da je izbira kreditne ponudbe enostavna za posrednike in potrošnike.

V drugi fazi se vnesejo osebni, finančni in ostali podatki potrošnikov v e-vlogo za odobritev kredita. Vnos podatkov lahko poteka na dva načina, ali ročno, ko jih vnesejo posredniki (delna elektronska odobritev), ali s prenosom iz enega od sistemov, v katerih so podatki že zbrani (popolna elektronska odobritev).

Pri delni elektronski odobritvi posredniki vnesejo vse podatke o potrošniku, ki so del e-vloge za odobritev kredita. Vnesejo osebne podatke (ime in priimek potrošnika, naslov, davčna številka, datum rojstva, e-pošta), finančne podatke (višina rednih mesečnih dohodkov, morebitne že obstoječe kreditne obveznosti, številka transakcijskega računa) ter ostale podatke (število vzdrževanih družinskih članov, ime delodajalca in trajanje zaposlitve pri njem,...). Zaželeno je, da sistem preračuna še dopustno višino mesečnega obroka (PricewaterhouseCoopers, 2015 str. 1) glede na vnesene podatke o mesečnih dohodkih in skladno z merili banke za presojo kreditne sposobnosti, saj ta funkcionalnost predstavlja eno od konkurenčnih prednosti. Potrošnik ustno potrdi sprejemljiv mesečni obrok in ponudbo kredita, posrednik izbiro potrdi v internet aplikaciji in potrošnik prejme

informativni izračun izbrane kreditne ponudbe na svojo e-pošto. Izračuna ni mogoče potrditi, če mesečni obrok kredita ni v skladu s finančnimi merili banke za presojo kreditne sposobnosti. Potrošnik vlogo elektronsko podpiše, enako posrednik, ki s svojim podpisom potrdi, da je stranko identificiral. Po potrebi priloži dokumentacijo stranke, ki dokazuje, da so podatki, navedeni na vlogi, resnični, npr. plačilno listo ali izpisek s transakcijskega računa. Priloži tudi ponudbo za izbrano blago. S potrditvijo e-vlogo za odobritev kredita pošlje banki. V primeru, da vsi podatki niso vneseni, se vloga banki ne pošlje. Sistem ga opozori na pomanjkljivosti, posrednik dopolni manjkajoče podatke.

Po prejemu e-vloge banka opravi ročen vpogled v sistem Sisbon, preveri skladnost podatkov na vlogi s podatki v sistemu Sisbon in v priloženi dokumentaciji. Banka ročno preveri tudi kreditno sposobnost v kolikor sistem ne vključuje meril za oceno kreditne sposobnosti. Po kontroli vseh podatkov banka elektronsko podpiše pogodbeno dokumentacijo in s tem odobri kredit. S strani banke podpisana pogodbeno dokumentacija se vrne posredniku, kjer jo potrošnik elektronsko podpiše. Pogodbena dokumentacija, podpisana s strani obeh pogodbenih strani, se vrne banki in po e-pošti pošlje potrošniku. Banka po podpisu sproži nakazilo denarja na račun posrednika.

Celoten postopek odobritve traja med 20 in 25 minut. Cca 10 minut pri posredniku za vnos podatkov in morebitno prilaganje dokumentacije za odobritev, 10-15 minut pri banki za vpogled v Sisbon, kontrolo skladnosti podatkov in arhiviranje dokumentacije. Čas, potreben za pripravo in izbiro informativne ponudbe za kredit ni vštet, saj se število informativnih ponudb med potrošniki razlikuje. Hitrost odobritve je odvisna tudi od razpoložljivosti banke, to je kako hitro vloga pride v proces odobritve, od pravilnosti vnesenih podatkov in od popolnosti morebitne poslane dokumentacije za odobritev.

Opisani proces je deloma elektronski. Vključuje e-podpise vseh pogodbenih strani (banka, posrednik, potrošnik), izmenjavo pogodbene dokumentacije preko elektronskih medijev (e-vloga, e-pogodba). Deloma je proces ročen. Posrednik ročno v e-vlogo za odobritev kredita vnese podatke o stranki in prilaga dokumentacija, banka opravi ročen vpogled v zbirko osebnih podatkov Sisbon in ročno potrdi (ali zavrne) kreditno pogodbo.

Popoln elektronski proces odobritve avtomatizira vse faze procesa. To je mogoče, ko se potrebni podatki za odobritev prenesejo iz obstoječih elektronskih sistemov. Na ta način so storitve dostopne 24 ur na dan. Prva faza je enaka kot pri delni e-odobritvi, dopolni se jo lahko s povezavo ponudbe za blago s sistemom za odobritev kredita (prenos opisa blaga in končne cen). Postopek se spremeni v drugi fazi.

Posrednik potrdi ponudbo za izbrano blago in informativno ponudbo kredita. Skupaj z e-vlogo ju pošlje potrošniku po e-pošti, kamor potrošnik prejme tudi uporabniško ime za dostop do aplikacije za odobritev kredita. Uporabniško ime se ustvari na podlagi posredovanega e-naslava v fazi izpolnjevanja e-vloge. Potrošnik ustvari svoj dostop po postopku za ustvarjanje dostopov (potrditev e-pošte, dodajanje gesla, potrditev dostopa

preko e-pošte). Njegova m-banka omogoča prenos podatkov v druge sisteme. Potrdi prenos, sistem za odobritev kredita vključuje merila, ki preračunajo, ali je želeni mesečni obrok kredita v skladu z merili banke za oceno kreditne sposobnosti. Sistem poda informacijo o najvišji mogoči višini mesečnega obroka, kadar je višina mesečnega obroka kredita previsoka. V tem primeru je potreben ponoven izračun, ki ga lahko naredi ali potrošnik ali posrednik. Po vnosu podatkov in ustrezni višini mesečnega obroka kredita potrošnik potrdi prenos osebnih in finančnih podatkov do banke, ki odobrava kredit. Potrjen prenos pomeni tudi e-podpisano vlogo.

Po prejemu e-vloge se banka avtomatsko poveže s sistemom Sisbon. Sistem preveri skladnost morebitnega že obstoječega mesečnega obroka v Sisbon in na vlogi za kredit, ter podatek o morda neizpoljenih kreditnih obveznostih ali aktualnih izvršbah. Skladni podatki in odsotnost negativnih podatkov sprožita odobritev kredita z e-podpisom. Pogodbena dokumentacija se posreduje posredniku. Potrošnik elektronsko podpiše vse pogodbene dokumente. Zadnji podpisani dokument pomeni sprožitev nakazila denarja na račun posrednika. V idealnem primeru postopek traja približno 5-10 minut, in je odvisen od hitrosti potrošnika pri potrjevanju prenosov podatkov med sistemi, enostavne povezanosti sistemov ter hitrosti sistemske obdelave informacij.

V primeru, da kredit ni odobren, potrošnik in posrednik prejmeta obvestilo o neodobritvi. Če je razlog za zavrnitev kredita negativna informacija v Sisbon, potrošnik dostavi morebitno dokumentacijo o poravnanih obveznostih in banka ponovno presoja skladnost vloge z merili za oceno kreditne sposobnosti. Ker gre za zaupne in osebne podatke, e-odobritev v tem primeru ni mogoča. Negativne informacije pomenijo tudi, da gre praviloma za tvegane stranke, ki jih je potrebno še posebej skrbno pregledati. Ravno tako e-posredništvo ne omogoča zajema mehkih informacij, zato je smiselno, da banka v teh primerih nudi možnost osebne podpore ali s kontaktom v poslovalnici ali preko kontaktnega centra za stranke. Pomembno je, da je poleg e-posredništva omogočen tudi papiren način za tiste potrošnike, ki danes m-bančništva ne uporabljajo in potrebujejo več časa (predvsem starejše skupine ljudi), da novost sprejmejo in se jo naučijo ter navadijo uporabljati (Harris, Cox, Musgrove & Ernstberger, 2016, str. 600). Prav tako je papiren način primeren za potrošnike, ki si izrecno želijo osebni stik.

Splošni kreditni pogoji so dostopni na spletni strani posrednika ali preko povezave z njegove strani na spletni strani banke. Po odobritvi kredita se skupaj z vso pogodbeno dokumentacijo pošljejo potrošniku na e-naslov. Potrošnik do vseh dokumentov v aplikaciji dostopa tudi preko svojega uporabniškega imena.

3.2.3 Prednosti in pomanjkljivosti elektronske odobritve

Za uspešno uvajanje sprememb je pomembno, da so zaznane prednosti večje od stroškov in napora, ki ga je v spremembe potrebno vložiti. V e-posredništvo so vključene 3 strani in vsaka od njih mora zaznati, da bo s spremembami več pridobila kot dala.

Potrošniki so tisti, ki najbolj vplivajo na sprejemanje. Če s storitvijo niso zadovoljni, jo bodo opravili drugače in drugače. Poglavitne prednosti za njih so vse na enem mestu (Junior Ladeira, De Oliveira Santini, Hoffmann Sampaio, Gatterman Perin & Falcao Araujo, 2016, str. 801), hitra in enostavna ureditev kredita, kreditna ponudba prilagojena izbranemu blagu, več vključenih storitev, akcijske ponudbe in nove oblike kredita. To so tudi prednosti, ki so jih hkrati deležni tudi posredniki. Potrošniki pridobijo tudi manjšo stopnjo formalnosti, daljši delovni čas posrednikov, večjo transparentnost ponudbe, saj nove tehnologije zaradi začetnega nezaupanja v novost zahtevajo enostavnost in preglednost. Slabost za potrošnike so lahko bolj impulzivni nakupi, ki jih omogočata hitrost in enostaven postopek, mesečni obrok navidezno zmanjša strošek nakupa blaga ter dodatnih storitev in ker je čas odobritve kratek, imajo potrošniki manj časa za temeljit premislek. Za njih je izgubljen osebni stik z banko, pride lahko do navzkrižja interesov med njimi in posredniki, ko posredniki svetujejo izbiro tiste ponudbe, ki je finančno privlačnejša za posrednike in v manjši meri zadovolji potrebe potrošnikov. Pozoren je potreben biti tudi na varnost osebnih podatkov, ki se jih izmenjuje med sistemi in do katerih potrošniki dostopajo preko svojih mobilnih telefonov v prostorih trgovine.

Posredniki poleg prednosti, ki so deloma enake tistim, ki jih imajo potrošniki, pridobijo tudi učinkovito orodje za pospeševanje prodaje. Hitrost postopka in novi kreditni produkti, ki so jim v pomoč pri lažji, večji in hitrejši prodaji blaga. Sledi konkurenčna prednost, ki jo imajo na trgu s sodobno storitvijo in z novimi produkti kredita, ki se lažje uveljavijo, saj so dostopni preko hitrih orodij in neposredno na trgu blaga (ker potrošnikom ni potrebno na banko, se skrajša čas med nakupom blaga in ureditvijo financiranja in s tem zmanjša možnost, da se za nakup ne odloči). Novi produkti pomenijo, da ne tekmujejo samo s ceno denarja, ampak s celotno storitvijo (PricewaterhouseCoopers, 2015, str. 2). Pomemben faktor so tudi dodatne finančne stimulacije s strani banke. Slabosti za njih so morebitni večji obseg dela, če se podatki o potrošnikih v e-vlogo vnašajo ročno, dodatna potrebna izobraževanja o novih načinih dela, področje dela, ki ni njihova primarna dejavnost, dodatni prodajni cilji iz naslova kreditiranja, nezadovoljstvo potrošnikov s celotnim nakupom, če e-posredništvo ne deluje stabilno in zanesljivo.

Za **banke** pomeni e-posredništvo znižanje stroškov rutinskega dela pri preverjanju kreditne sposobnosti in pripravi kreditne dokumentacije, pridobivanje baze podatkov o kupcih, ki vključuje tudi podrobne podatke o njihovih nakupnih navadah (posebej če se sistem odobritve kredita poveže neposredno s ponudbo za blago, ko so razvidni specifični podatki o blagu), osvojitve novih strank, več možnosti navzkrižne prodaje, nižje stroške trženja, neposredne informacije pridobljene od posrednikov, akcijske ponudbe kredita in nove

oblike kredita. Potrošnikom prijazna uporaba storitev e-bančništva povečuje njihovo zadovoljstvo in posledično prinaša bankam njihovo zaupanje, zvestobo ter pozitivno mnenje od ust do ust (Hoffmann Sampaio *et al.*, 2017, str. 1143). Zvestoba pomeni stabilno bazo strank tudi v prihodnje, manj potrebnih naporov za njihovo ohranjanje, več možnosti za prodajo novih in dodatnih storitev. Manj dela pomeni premik od rutinskih operacij k investiranju časa v ustvarjanje dolgoročnega odnosa in vezi s strankami (Levy & Hino, 2016, str. 136). Odpira možnost pridobiti nove stranke tudi preko pozitivne izkušnje, ki jo zvesti potrošniki delijo od ust do ust.

Slabosti za banke so visoka finančna investicija v nadgradnjo in povezavo sistemov ter njihovo vzdrževanje, možnost navzkrižja interesov, ko posredniki prodajajo produkte, ki so tržno zanimivi za njih, a za banke manj dobičkonosni, delni prenos bančne funkcije k posrednikom, strošek provizije in strošek izobraževanja posrednikov, izguba osebnega in neposrednega stika s potrošniki, manj možnosti pridobitve in zaznave mehkih informacij neposredno od potrošnikov, delna izguba zaslužka pri potrošnikih, ki bi kredit uredili neposredno pri banki.

3.3 Možnosti in omejitve razvoja

3.3.1 Uvajanje sprememb na trg

Spremembe povzročajo nelagodje, tudi odpor, zato je pomembno, da pred njihovim uvajanjem preverimo ključne faktorje, ki vplivajo na njihovo uspešno implementacijo v praksi. Bistvena elementa, da potrošniki sprejmejo in uporabljajo novo storitev, sta njena zaznana kakovost in enostaven način uporabe (Tam & Oliveira, 2017, str. 1042).

Na to, kako hitro in v kakšni meri bodo potrošniki sprejeli novosti, vpliva še več dejavnikov. Najpogosteje omenjeni in najbolj pomembni so tudi zanesljivost in točnost delovanja, enostavna razumljivost in prikladna uporaba, odzivnost in hitrost delovanja, estetska privlačnost, varnost uporabe in varnost transakcije, zasebnost potrošnikov in stalne izboljšave, kot ugotavljata tudi Jun in Palacios v eni od novejših raziskav (2016, str. 307-317). Ena od novo odkritih dimenzij je možnost različnih storitev, ki se nanaša na širino e-bančne ponudbe, ki jo banka nudi potrošniku. Jun in Palacios navajata (2016, str. 317), da je širina bančne ponudbe ena ključnih točk pri pridobivanju konkurenčne prednosti pred tekmeci na trgu. V tej luči je vprašanje razvoja e-posredništva le vprašanje časa. Banka, ki ga bo razvila in uspešno uporabljala prva ter pri tem upoštevala vsaj sprejemljive kriterije kakovosti storitve za potrošnike, bo imela konkurenčno prednost pred ostalimi ponudniki na trgu.

Banke imajo dvoje kupcev. Prvi so posredniki, ki lahko opravljajo storitve posredništva za eno ali več bank, in drugi so potrošniki, ki lahko izbirajo med več bankami. Dvojno vlogo imajo tudi posredniki. Na eni strani imajo potrošnike, kupce blaga, na drugi banke, ki bodo

»kupile« storitve njihovega posredništva le v primeru, da jih bodo izvajali korektno in kakovostno. Krog, ki se prepleta in kjer morajo biti zadovoljni vsi. Potrošniki bodo spremembo sprejeli, če bodo v njej videli korist. Uporabnost e-bančništva vidijo predvsem skozi čas in napor, ki ga pri tem porabijo (Jun & Palacios, 2016, str. 317).

Novosti ne delujejo popolno takoj ob njihovi uvedbi. Aplikacije se testirajo, da bi se zagotovila njihova čim bolj zanesljiva uporaba v praksi. Ob dejanski uvedbi novosti se vseeno zgodi, da delovanje aplikacija ni popolno. Zadovoljstvo uporabnikov z aplikacijo izhaja iz dveh poglobitvenih naslovov. Prvi je zanesljivost delovanja aplikacije, drugi je njena funkcionalnost. Bolj kot dejstvo, da sistem v določenem trenutku ne deluje, vpliva na zadovoljstvo uporabnikov hitra in učinkovita odzivnost bank pri ponovni vzpostavitvi delovanja. Pomembno je, da imajo potrošniki in posredniki občutek (Hoffmann Sampaio *et al.*, 2017, str. 1144), da niso sami in da banke za te situacije predvidijo pomoč ter način ponovne vzpostavitve brezhibnega delovanja sistemov. Podpora, ki jo banke nudijo posrednikom in potrošnikom, je eden ključnih dejavnikov uspešnosti. Hoffmann Sampaio *et al.* (2017, str. 1143) ugotavlja, da je pri potrošnikih, ki pravično dojemajo načine ponovne vzpostavitve, povezava med prednostmi aplikacije in njihovim zadovoljstvom večja, kar pomeni, da bo za banke uvajanje novosti na trg lažje. Potrebna je posebna obravnava v primerih, ko aplikacija ne deluje ali je uporabniki ne znajo uporabljati (Junior Ladeira *et al.*, 2016, str. 814-815). S posebno obravnavo se banke izognejo potencialnim konfliktom, ki jih novost prinese.

Pri uvajanju sprememb je pomembno, da banke zaznajo dejanske razloge za zadovoljstvo in nezadovoljstvo uporabnikov z uporabniško izkušnjo (Jun & Palacios, 2016, str. 311). Informacije lahko pridobijo od potrošnikov ali od posrednikov. Od potrošnikov jih lahko pridobijo preko ankete o zadovoljstvu s storitvijo, ki sledi odobrenemu kreditu, ali preko informacij, ki jih potrošniki podajo samoiniciativno na spletnih straneh bank ali po e-pošti. Od posrednikov, ki so vsakodnevno v stiku s potrošniki in so vir neposrednih ter ažurnih informacij, jih lahko dobijo dnevno, preko direktnega stika z njimi. Sodelovanje, ki temelji na medsebojnem zaupanju in spoštovanju med bankami in posredniki pomeni, da se informacije lahko izmenjujejo neposredno in takoj. Pogoj za to je sposobnost posrednikov, da primerno ocenijo relevantnost informacij, ki jih podajo potrošniki.

Posredniki so pomemben vir informacij za konkretne izboljšave in spremembe tudi v tistih primerih, ko krediti potrošnikom niso odobreni. Takšnih potrošnikov banke praviloma ne zajamejo, ker niso vključeni v ankete o zadovoljstvu z opravljeno storitvijo, prav tako so lahko njihove neposredne informacije, če do njih pride, pretirane in neobjektivne. Posredniki jih lahko umestijo v kontekst konkretnega nakupnega procesa in dodajo del mehkih informacij, ki so jih zaznali ter občutili v stiku s potrošniki in v procesu kreditne (ne)odobritve (Jun & Palacios, 2016, str. 311).

3.3.2 Vsebinske možnosti in omejitve

E-posredništvo pomeni, da se ena od osnovnih funkcij bančništva, to je odobritev kredita in presoja kreditne sposobnosti, avtomatizira ter prenese izven fizičnega bančnega okolja. Pri posrednikih že poteka znaten del procesa odobritve kredita, e-posredništvo olajša proces in ga naredi proces hitrejšega. Zmanjša količino dela in čas, ki ga za odobritev kredita porabijo banke, posredniki in potrošniki.

Formalna presoja kreditne sposobnosti je v pristojnosti bank, e-posredništvo bistveno zmanjša rutinsko delo, ki ga imajo banke, ko v svoje sisteme ročno vnašajo podatke o potrošnikih in presojajo kreditno sposobnost. E-posredništvo pa ne vpliva na del, ko se presoja kreditna sposobnost tudi na podlagi mehkih informacij.

E-posredništvo poveže informacije o potrošnikih, ki so vnesene v e-vlogo za odobritev kredita s podatki, ki se prenesejo s transakcijskih računov potrošnikov ter s podatki v zbirkah osebnih podatkov, danes je to Sisbon. Razvoj enotnega registra za zbiranje podatkov o boniteti fizičnih oseb, ki je tudi učinkovit, je dolgotrajen proces, ki hkrati zahteva visoko angažiranost udeležencev v procesu. Enoten sistem bi olajšal delo in dvignil kakovost presojanja kreditne sposobnosti (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 39). Enotna platforma EU za zbiranje podatkov o kreditni sposobnosti fizičnih oseb ob njihovem rastočem zadolževanju bi omogočila boljše odločitve na področju kreditiranja fizičnih oseb (Taškar Beloglavec & Taškar Beloglavec, 2016, str. 38). Povezava med e-vlogo, transakcijskim računom in Sisbon-om zmanjša število potrebnih podatkov, ki jih vnesejo posredniki ali potrošniki. Za optimalen razvoj se e-posredništvu doda podporni in kontrolni člen v banki, odziven 24 ur na dan, s pristojnostjo upoštevanja morebitnih mehkih informacij o potrošniku.

SKLEP

Bančni trg je v zadnjih 20-ih letih doživel korenite spremembe. Pojav nizkih obrestnih mer v začetku 21. stoletja, velika rast obsega kreditov, ki je sledila nizki ceni denarja, finančna kriza, ko so baloni počili. Sprva krčenje in v zadnjih treh letih stabilizacija bančnega poslovanja, razširjena uporaba novih tehnologij (internet) in v zadnjih letih zelo hiter razvoj in razširjena uporaba aplikacij na mobilnih telefonih, postavljajo banke pred nove naloge. Potrošniška družba je z novimi tehnologijami in digitalizacijo dobila nov zagon, informacije in nakupi so dostopni tukaj in zdaj. Poslovni subjekti na trgu širijo svoje dejavnosti na nova področja in s tem ponujajo nakupne priložnosti tudi tam, kjer jih pred desetletjem (ali letom), še ni bilo. Potrošniški nakupi niso samo racionalni, so tudi impulzivni (Jenko, 2017).

Velik delež nakupa trajnih dobrih se financira z bančnimi potrošniškimi krediti, ki jih banke v Sloveniji večinoma odobravajo na tradicionalen način. Potrošniki običneje banke ali posrednike in na enem ali drugem mestu uredijo kredit. Proces odobritve danes

večinoma ni avtomatiziran in potrošniki morajo počakati, da banke kredit odobrijo. Čas, ki teče, jim omogoča, da spremenijo svojo nakupno odločitev in odločitev o kreditu.

Banke imajo potencial, da potrošnikom olajšajo nakupno odločitev z enostavno, hitro, potrošnikom prijazno izkušnjo elektronske odobritve kredita neposredno pri posrednikih, kjer na enem mestu opravijo nakup blaga in uredijo kredit. Sodelovanje s posredniki bankam omogoča, da pripravijo ponudbe kredita, ki so prilagojene posameznemu segmentu ponudbe blaga in posameznemu potrošniku. Od posrednikov pridobljeni podatki o nakupnih navadah potrošnikov bankam omogočajo še bolj detajlno segmentacijo ponudbe, nove tehnologije pa hitrejšo uporabo v praksi. Danes so banke pri uvajanju elektronskega odobravanja kreditov omejene z ročnim dostopom in prenosom podatkov iz registra Sisbon, ki je eden od ključnih elementov za zanesljivo presojo kreditne sposobnosti.

Popolno e-posredništvo pri kreditnih posrednikih je mogoče, ko so vzpostavljene elektronske povezave med bančnimi sistemi za odobravanje kreditov, sistemom Sisbon, podatki s transakcijskih računov potrošnikov in trgovino posrednikov. Potrošniki lahko izbrano blago ne samo kupijo, ampak tudi financirajo na enem mestu in takoj. Razvoj vseh tehnoloških povezav, ob upoštevanju razvijajoče se zakonodaje na področju varstva osebnih podatkov (Prelesnik, 2017) zahteva visoko finančno investicijo in visok nivo sodelovanja med deležniki (BS, banke, posredniki).

Glede na hiter razvoj m-bančništva in z njim spremenjenih nakupnih navad, ima e-posredništvo velike možnosti, da ga trg sprejme, ko bo razvit. Banke, ki ga bodo razvile prve in vzpostavile mehanizme za njegovo uspešno uporabo (zanesljiva, hitra in enostavna aplikacija, podpora uporabnikom), bodo imele z njim na trgu konkurenčno prednost. Hkrati je trg tisti, ki z večanjem deleža nakupov preko interneta (Zupan, 2017) lahko banke »prisili« v nadaljnji hiter razvoj prodajne poti. Glede na kompleksnost povezav med sistemi je smiseln postopen razvoj po korakih – od delnega e-posredništva do popolnega e-posredništva v fizični trgovini in na podlagi pridobljenih izkušenj do e-posredništva v e-trgovini.

LITERATURA IN VIRI

1. Addiko Bank d.d. (b.l.). *Express kredit. Do 35.000 EUR, do 10 let.* Najdeno 18. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.addiko.si/obcani/kredit/gotovinski-kredit/express-kredit/>
2. Addiko Bank d.d. (b.l.). *Kar si želite, v hipu dobite. Hitri kredit Addiko bank.* Najdeno 9. novembra 2017 na spletnem naslovu https://www.hipkredit.si/OnlineLoans/?Distribution=Search&gclid=EAIAIQobChMIV6hPqN1wIVBbcbCh1EmwUMEAAYASAAEgKQXvD_BwE in telefonske informacije kreditnega posrednika, 7. november 2017.
3. Amin, M. (2016). Internet banking service quality and its implication on e-customer satisfaction and e-customer loyalty. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 280-306.
4. Avtohiša Real, d.o.o. (2017). *Financiranje.* Najdeno 20. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.avtohis-real.si/akcije-in-financiranje/financiranje>
5. Avtohiša Real, d.o.o. (2017). *Kako do zavarovanja BNI?.* Najdeno 27. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://dacia.avtohis-real.si/akcije-in-financiranje/financiranje-zavarovanje>
6. Avtohiša Real, d.o.o. (2017). *Kako do zavarovanja GAP?.* Najdeno 27. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://dacia.avtohis-real.si/akcije-in-financiranje/financiranje-zavarovanje>
7. Ayo, C. K., Oni, A. A., Adewoje, O. J., & Eweoja, I. O. (2016). *E-banking users' behaviour: e-service quality, attitude, and customer satisfaction.* *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 347-367.
8. Banka Intesa Sanpaolo d.d. (b.l.). *Spletni kredit.* Najdeno 9. novembra 2017 na spletnem naslovu http://www.intesasanpaolobank.si/Pravne_osebe/Posebne_ponudbe/123!_kredit
9. Banka Slovenije. (1997). *Bilten 11.* Ljubljana: Banka Slovenije.
10. Banka Slovenije. (2007). *Bilten 1.* Ljubljana: Banka Slovenije.
11. Banka Slovenije. (2012). *Bilten 1.* Ljubljana: Banka Slovenije.
12. Banka Slovenije. (2016). *Definicija Sisbon.* Najdeno 9. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://sisbon.si/sl>
13. Banka Slovenije. (2016b). *Podatki v Sisbon.* Najdeno 18. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://sisbon.si/sl/informacije-o-sistemu-sisbon/podatki-v-sisbon>
14. Banka Slovenije. (2016c). *Seznam vključenih dajalcev kreditov z dostopom do omejenega nabora podatkov v sistemu SISBON.* Najdeno 22. februarja 2018 na spletnem naslovu <http://sisbon.si/sl/informacije-o-sistemu-sisbon/vkljueni-dajalci-kreditov>
15. Banka Slovenije. (2017a). *Bilten 1.* Ljubljana: Banka Slovenije.
16. Banka Slovenije. (2017b). *Bilten 10.* Ljubljana: Banka Slovenije.
17. Banka Slovenije (2017c). *Centralni kreditni register.* Najdeno 18. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.bsi.si/banka-slovenije.asp?MapaId=2091>
18. Banka Slovenije. (2017d). *Kreditni posredniki.* Najdeno 9. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.bsi.si/nadzor-bank.asp?MapaId=526>
19. Banka Slovenije. (2017e). *Obvezni člani sistema izmenjave.* Najdeno 18. novembra

- 2017 na spletnem naslovu <https://www.bsi.si/banka-slovenije.asp?MapaId=2093>
20. Banka Slovenije. (2017f). *Sistem izmenjave informacij*. Najdeno 18. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.bsi.si/banka-slovenije.asp?MapaId=2092>
 21. CHECK24 Vergleichsportal GmbH. (2017). *Deutschlands günstiger Onlinekredit*. Najdeno 14. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.check24.de/kredit/onlinekredit/>
 22. Federal Bureau of Investigation. (2017, 22. junij). *Internet Crime Report*. Najdeno 21. februarja 2018 na spletnem naslovu <https://www.fbi.gov/news/stories/ic3-releases-2016-internet-crime-report>
 23. Gole, N. (2017, 3. oktober). Hakerji napadli slovenske banke in zahtevali odkupnino. *Delo*. Najdeno 7. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/gospodarstvo/finance/hekerski-napad-na-slovenske-banke.html>
 24. Greenbaum, S.I., Thakor, A.V., & Boot, A.W.A. (2016). *Contemporary financial intermediation*. 3. izdaja. London: Elsevier.
 25. Harris, M., Cox, K.C., Musgrove, C.F., & Ernstberger, K.W. (2016). Consumer preferences for banking technologies by age groups. *International Journal of Bank Marketing*, 34(4), 587-602.
 26. Harvey Norman Trading d.o.o. (b.l.). *Summit spletni kredit*. Najdeno 7. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.harveynorman.si/nacini-placil/> in telefonske informacije kontaktnega centra kreditnega posrednika, 7. november 2017
 27. Hoffmann Sampaio, C., Junior Ladeira, W., & De Oliveira Santini, F. (2017). Apps for mobile banking and customer satisfaction: a cross-cultural study. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1131-1151.
 28. Huhmann, B. A. (2017). Literacy matters in marketing. *International Journal of Bank Marketing*, 35(5), 750-760.
 29. Informacijski pooblaščenec. (2017, 25. maj). *Nova Splošna uredba o varstvu osebnih podatkov začne veljati čez leto dni – 25.5.2018*. Najdeno 27. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.ip-rs.si/novice/nova-splosna-uredba-o-varstvu-podatkov-zacne-veljati-cez-leto-dni-25-5-2018-1044/>
 30. Jenko, M. (2017, 9. oktober). Nobelova nagrada za ekonomijo ameriškemu profesorju Richardu H. Thalerju. *Delo*. Najdeno 18. oktobra 2017 na spletnem naslovu <http://www.delo.si/svet/ekonomija/nobelova-nagrada-za-ekonomijo-ameriskemu-profesorju-richardu-thalerju.html>
 31. Jun, M., & Palacios, S. (2016). Examining the key dimensions of mobile banking service quality: an exploratory study. *International Journal of Bank Marketing*, 34(3), 307-326.
 32. Junior Ladeira, W., De Oliveira Santini, F., Hoffmann Sampaio, C., Gatterman Perin, M., & Falcao Araujo, C. (2016). A meta-analysis of satisfaction in the banking sector. *International Journal of Bank Marketing*, 34(6), 798-820.
 33. Laudon, K. C., & Traver, C.G. (2009). *E – Commerce: business, technology, society*. 5. izdaja. Upper Saddle River: PearsonPrentice Hall.
 34. Levy, S., & Hino, H. (2016). *Emotional brand attachment: a factor in customer-bank relationships*. *International Journal of Bank Marketing*, 34(2), 136-150.
 35. Lipscombe, G., & Pond, K. (2002). *The business of banking*. 4. izdaja. Canterbury: Chartered Institute of Bankers.

36. Magyar Suzuki Zrt., Podružnica v Sloveniji. (b.l.). *Izberi svojo pot. 2-letno financiranje. EOM=0%**. Najdeno 25. novembra 2017 na spletnem naslovu http://www.suzuki.si/sl/Akcije_Suzuki/
37. Mihajlović, N. (2017, 15. maj). Kako bi čutili kibernetični napad na Slovenijo. *Delo*. Najdeno 14. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://svetkapitala.delo.si/ikonomija/zeja-mraz-in-splosen-kaos-na-poti-v-digitalni-komunizem-1699>
38. Ministrstvo za gospodarski razvoj in tehnologijo. (b.l.). *Potrošniško kreditiranje*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu http://www.mgrt.gov.si/si/delovna_podrocja/notranji_trg/sektor_za_varstvo_potrosnikov_in_konkurence/potrosnisko_kreditiranje/
39. Modic, T. (2017, 23. november). Velik premik na trgu slovenskih spletnih nakupov. *Siol*. Najdeno 23. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://siol.net/posel-danes/novice/velik-premik-na-trgu-slovenskih-spletnih-nakupov-454039>
40. Nova Ljubljanska Banka d.d. (2014, april). *Zakaj banka ne odobri kredita*. Najdeno 20. oktobra 2017 na spletnem naslovu <https://www.nlb.si/neodobritev-kredita>
41. Nova Ljubljanska Banka d.d. (b.l.). *NLB osebni kredit*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.nlb.si/osebni-kredit>
42. P Automobil Import, d.o.o. (b.l.). *Sklenitev leasing pogodbe*. Najdeno 9. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.peugeot.si/storitve-in-financiranje/peugeot-financiranje/financi-leasing.html>
43. Porsche Kredit in Leasing SLO d.o.o. (b.l.). *Fantastična akcija pri VW*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu https://www.porscheleasing.si/znamke/akcije/130_fantasticna_akcija_pri_vw
44. Porsche Kredit in Leasing SLO d.o.o. (b.l.). *Tip financiranja - svetovalec*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu https://www.porscheleasing.si/za_stranke/tip_financiranja_svetovalec
45. Porsche Slovenija d.o.o. (2017). *Paketna ponudba*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.volkswagen.si/ponudbe-financiranje/financne-storitve/financiranje>
46. Pravilnik o pogojih, ki jih mora izpolnjevati kreditni posrednik. *Uradni list RS št. 77/16*.
47. PricewaterhouseCoopers (2015). *Consumer lending. Understanding today's empowered borrower*. Najdeno 5. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.pwc.com/us/en/consumer-finance/assets/pwc-consumer-lending-radar.pdf>
48. Renault Nissan Slovenija, d.o.o. (b.l.). *Paket »Čista 5ka«*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.cdn.renault.com/content/dam/Renault/SI/akcije/splosni-pogoji/2017/cista-5ka.pdf>
49. Ro Insider. (2017, 12. september). Lender introduces instant, online consumer credit in Romania. *Romania-insider*. Najdeno 5. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.romania-insider.com/ing-romania-online-consumer-credit-2017/>
50. Rose, P.S. (1991). *Commercial bank management*. Boston: Homewood.

51. Rouse, C.N. (1991). *Bankers' lending techniques*. London: BankersBooks.
52. Sahoo, D., & Pillai, S.S. (2017). Role of mobile banking servicescape on customer attitude and engagement: An empirical investigation in India. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1113-1130.
53. Sberbank d.d. (b.l.). *Ugodnosti naših kreditnih posrednikov*. Najdeno 20. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.sberbank.si/partnerji/ugodnosti>
54. SCN Education, B.V. (2001). *Electronic Banking: the ultimate guide to business and technology of online banking*. Wiesbaden: Vieweg.
55. SETTCE d.o.o. (b.l.). *Razširjenost uporabe elektronskega podpisa*. Najdeno 7. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.setcce.si/sl/finan%C4%8Dna-industrija>
56. Sinkey, J.F. (1998). *Commercial Bank Financial Management*. 5. izdaja. New Jersey: Prentice Hall.
57. SKB banka d.d. (b.l.). *Avtomobilski kredit. Okvirni amortizacijski načrt za kredit*. Najdeno 17. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.skb.si/osebne-finance/informativni-izracuni/avtomobilski-kredit>
58. Sklep o pogojih za posredovanje potrošniških kreditov za bančnega kreditnega posrednika. *Uradni list RS št. 9/17 in 26/17*.
59. Smava GmbH. (b.l.). *Kredit bei smava*. Najdeno 14. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.smava.de/kredit/>
60. Statistični urad Republike Slovenije. (2017, 6. oktober). *Uporaba interneta v gospodinjstvih in pri posameznikih, Slovenija, 2017*. Najdeno 14. oktobra 2017 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/6998>
61. Stegovec, M. (2016). Obveznosti strank pred sklenitvijo potrošniške kreditne pogodbe. *Bančni vestnik* 1/2, 46–52.
62. Summit Leasing Slovenija d.o.o. (2017). *Lizing po vaših željah*. Najdeno 20. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.summit-leasing.si/avtomobili/leasing>
63. Tam, C., & Oliveira, T. (2017). Literature review of mobile banking and individual performance. *International Journal of Bank Marketing*, 35(7), 1042-1065.
64. Taškar Beloglavec, S., & Taškar Beloglavec, B. (2016). Zbiranje bonitetnih informacij za presojo kreditne sposobnosti fizičnih oseb. *Bančni vestnik* 9, 38–46.
65. Toyota Adria d.o.o. (b.l.). *Toyota Flex. Hiter finančni izračun*. Najdeno 20. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.toyota.si/finance-insurance/kalkulator.json>
66. Younited, SA. (b.l.). *Faites un credit on ligne rapide*. Najdeno 14. novembra 2017 na spletnem naslovu <https://www.younited-credit.com/credit-rapide>
67. Zakon o bančništvu (ZBan-2). *Uradni list RS št. 25/15*.
68. Zakon o elektronskem poslovanju na trgu (ZEPT-UPB2). *Uradni list RS št. 96/09*.
69. Zakon o potrošniških kreditih (ZPotk-2). *Uradni list RS št. 77/16*.
70. Zupan, G. (2017, 7. november). Nakupovanje preko spleta se povečuje. *Statistični urad Republike Slovenije*. Najdeno 27. novembra 2017 na spletnem naslovu <http://www.stat.si/StatWeb/News/Index/7057>

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Seznam pojmov in kratic	1
Priloga 2: Število kreditnih posrednikov pri posamezni banki	2
Priloga 3: Storitve e-bančništva v slovenskih bankah	3
Priloga 4: Uporaba internetnih strani banke za posredovanje informacij o kreditu in za informativni izračun kredita	4
Priloga 5: Število dajalcev kredita po dejavnosti	5
Priloga 6: Možnosti odobritve kredita preko interneta	6
Priloga 7: Člani sistema Sisbon	7
Priloga 8: Vključeni dajalci kredita v sistem Sisbon	8

PRILOGA 1: Seznam pojmov in kratic

e-bančništvo: elektronsko bančništvo (angl. *electronic banking*). Bančništvo na osebnih računalnikih ali prenosnih telefonih.

i-bančništvo: internet bančništvo (angl. *online banking*). Bančništvo na osebnih računalnikih, dostopno 24 ur na dan.

m-bančništvo: mobilno bančništvo (angl. *m-banking*). Bančništvo na prenosnih telefonih, dostopno 24 ur na dan, od kjerkoli.

e-odobritev: elektronska odobritev kredita. Odobritev kredita preko osebnega računalnika ali mobilnega telefona.

e-posredništvo: elektronsko kreditno posredništvo. Kreditno posredništvo preko osebnega računalnika ali mobilnega telefona.

e-vloga: elektronska vloga za odobritev kredita. Vloga za odobritev kredita, podpisana z elektronskim podpisom.

e-: elektronsko.

Lizing: finančni zakup.

Potrošnik: fizična oseba, posameznik ki opravlja nakup blaga ali storitve in stranka banke, ki nakup financira z bančnim kreditom.

Posrednik: kreditni posrednik, trgovec.

Sisbon: sistem izmenjave informacij o zadolženosti fizičnih oseb.

BS: Banka Slovenije.

MZGT: Ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo.

ZEPT: Zakon o elektronskem poslovanju na trgu.

ZPotK-2: Zakon o potrošniških kreditih.

PRILOGA 2: Število kreditnih posrednikov pri posamezni banki

Tabela 1: Število kreditnih posrednikov pri posamezni banki

Z. št.	Banka:	Število kreditnih posrednikov
1	Abanka d.d.	ni podatka
2	Addiko bank d.d.	22
3	Banka Intesa Sanpaolo d.d.	378
4	Banka Sparkasse d.d.	75
5	BKS Bank AG Bančna podružnica	0
6	Brüll Kallmus Bank AG, Bančna podružnica v Sloveniji	ni podatka
7	Delavska hranilnica d.d. Ljubljana	0
8	Deželna banka Slovenije d.d.	0
9	Gorenjska banka d.d., Kranj	ni podatka
10	Hranilnica LON d.d., Kranj	157
11	Nova kreditna banka Maribor d.d.	2
12	Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana	ni podatka
13	Primorska Hranilnica Vipava d.d.	0
14	RCI Banque Societe Anonyme, bančna podružnica Ljubljana	37
15	Sberbank banka d.d.	242
16	SID - Slovenska izvozna in razvojna banka, d.d., Ljubljana	ni podatka
17	SKB banka d.d. Ljubljana	93
18	Unicredit banka Slovenija s.s.	0
	Skupaj	1.006

Vir: Povzeto in prirejeno po Banka Slovenije, kreditni posredniki, 2017d, in po spletnih straneh bank, november 2017.

PRILOGA 3: storitve e-bančništva v slovenskih bankah

Tabela 2: Storitve e-bančništva v slovenskih bankah

Z. št.	Banka	e-bančništvo	
		i-bančništvo	m-bančništvo
1	Abanka d.d.	Abanet	Abamobi
2	Addiko bank d.d.	Addiko EBank	Addiko Mobile
3	Banka Intensa Sanpaolo d.d.	Spletna banka IN	Mobilna banka IN
4	Banka Sparkasse d.d.	Net.Stik	mNet.Stik
5	BKS Bank AG Bančna podružnica	BKS Bank Net	BKS-mobilna banka
6	Delavska hranilnica d.d. Ljubljana	DH - osebni	DH - mobilni
7	Deželna banka Slovenije d.d.	DBS NET	m DBS
8	Gorenjska banka d.d., Kranj	LINK	LINK M
9	Hranilnica LON, d.d., Kranj	Elon	Mlon
10	Brüill Kallmus Bank AG, Bančna podružnica v Sloveniji	-	-
11	Nova Kreditna banka Maribor, d.d.	Banka@Net	mBanka@Net
12	Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana	NLB Klik	Klikin
13	Primorska Hranilnica Vipava d.d.	HIP-NET	-
14	RCI Banque Societe Anonyme, Bančna podružnica Ljubljana	-	-
15	Sberbank banka d.d.	Spletna banka	mSberbank SI
16	SID - Slovenska izvozna in razvojna banka, d.d., Ljubljana	-	-
17	SKB Banka d.d. Ljubljana	SKB NET	MOJ@SKB MOBILNA BANKA
18	UniCredit Banka Slovenija d.d.	Online banka	Mobilna bank GO!

Vir: Povzeto po spletnih straneh bank, november 2017

PRILOGA 4: Uporaba internetnih strani banke za posredovanje informacij o kreditu in za informativni izračun kredita

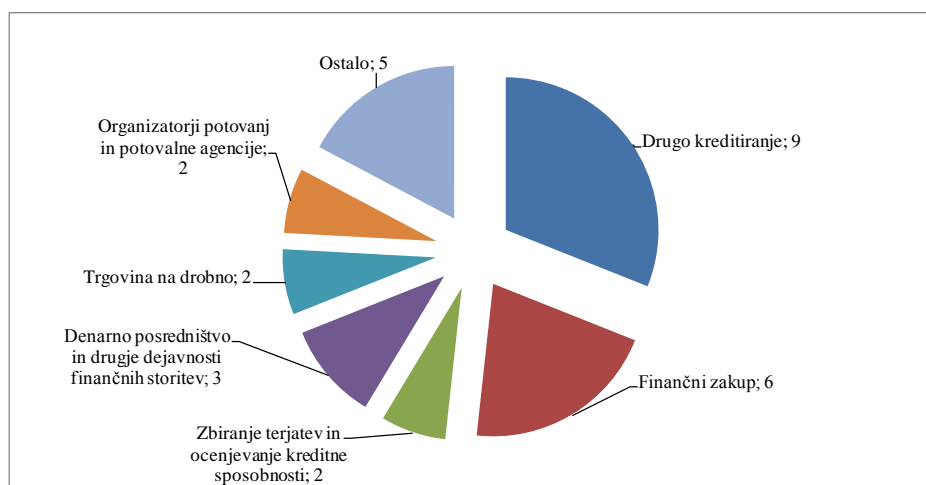
Tabela 3: Uporaba internetnih strani banke za posredovanje informacij o kreditu in za informativni izračun kredita

Z. št.	Banka	Informacije o kreditu	Informativni izračun kredita
1	Abanka d.d.	da	da, po izbiri stranke
2	Addiko bank d.d.	da	da, po izbiri stranke
3	Banka Intensa Sanpaolo d.d.	da	da, po izbiri stranke
4	Banka Sparkasse d.d.	da	da, po izbiri stranke
5	BKS Bank AG Bančna podružnica	da	ne
6	Delavska hranilnica d.d. Ljubljana	da	da, po izbiri stranke
7	Deželna banka Slovenije d.d.	da	da, po izbiri stranke
8	Gorenjska banka d.d., Kranj	da	da, po izbiri stranke
9	Hranilnica LON, d.d., Kranj	da	za vnaprej izbrane zneske in dobe trajanja
10	Brütl Kallmus Bank AG, Bančna podružnica v Sloveniji	ne	ne
11	Nova Kreditna banka Maribor, d.d.	da	da, po izbiri stranke
12	Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana	da	da, po izbiri stranke
13	Primorska Hranilnica Vipava d.d.	da	ne
14	RCI Banque Societe Anonyme, Bančna podružnica Ljubljana	da	ne
15	Sberbank banka d.d.	da	da, po izbiri stranke
16	SID - Slovenska izvozna in razvojna banka, d.d., Ljubljana	da	ne
17	SKB Banka d.d. Ljubljana	da	da, po izbiri stranke
18	UniCredit Banka Slovenija d.d.	da	da, po izbiri stranke

Vir: Povzeto in prirejeno po spletnih straneh bank, november 2017.

PRILOGA 1: Število dajalcev kredita po dejavnosti

Slika 1: Število dajalcev kredita po dejavnosti



Vir: Povzeto in prirejeno po Ministrstvo za gospodarstvo in tehnologijo, *Potrošniško kreditiranje, 2017; spletni imenik bizi.si, november 2017.*

PRILOGA 2: Možnosti odobritve kredita preko interneta

Tabela 4: Možnosti odobritve kredita preko interneta

Z. št.	Banka	Odobritev kredita preko interneta	Podpis kreditne dokumentacije
1	Abanka d.d.	Ni mogoča	
2	Addiko bank d.d.	Naročilo informacije o možnosti pridobitve Express kredita do 35.000€, do 120 mesecev	V poslovalnici banke
3	Banka Intensa Sanpaolo d.d.	Ni mogoča	
4	Banka Sparkasse d.d.	Ni mogoča	
5	BKS Bank AG Bančna podružnica	Ni mogoča	
6	Delavska hranilnica d.d. Ljubljana	Oddaje vloge za potrošniški hitri kredit do 5.000€, do 36 mesecev	V poslovalnici banke
7	Deželna banka Slovenije d.d.	Ni mogoča	
8	Gorenjska banka d.d., Kranj	Naročilo kratkoročnega kredita do 4.000€	V poslovalnici banke
9	Hranilnica LON, d.d., Kranj	Ni mogoča	
10	Brüll Kallmus Bank AG, Bančna podružnica v Sloveniji	Ni mogoča	
11	Nova Kreditna banka Maribor, d.d.	Kredit takoj do 5.000€, do 36 mesecev	V poslovalnici banke
12	Nova Ljubljanska banka d.d., Ljubljana	Naročilo individualne ponudbe za vse kredite	V poslovalnici banke
13	Primorska Hranilnica Vipava d.d.	Ni mogoča	
14	RCI Banque Societe Anonyme, Bančna podružnica Ljubljana	Ni mogoča	
15	Sberbank banka d.d.	Ni mogoča	
16	SID - Slovenska izvozna in razvojna banka, d.d., Ljubljana	Ni mogoča	
17	SKB Banka d.d. Ljubljana	Odobritev hitrega kredita do 10.000€, do 36 mesecev	V poslovalnici banke
18	UniCredit Banka Slovenija d.d.	Ni mogoča	

Vir: Povzeto in prirejeno po spletnih straneh bank, november 2017.

PRILOGA 3: Člani sistema Sisbon

Tabela 5: Člani sistema Sisbon

Z št.	Člani sistema Sisbon
1	Abanka d.d.
2	Addiko Bank d.d.
3	Banka Intesa Sanpaolo d.d.
4	Banka Sparkasse d.d.
5	BKS Bank AG, Bančna podružnica
6	Delavska hranilnica d.d.
7	Deželna banka Slovenije d.d.
8	Gorenjska banka d.d.
9	HETA Asset Resolution d.o.o.
10	Hypo Alpe-Adria-Leasing d.o.o.
11	Hranilnica LON d.d.
12	NLB Leasing d.o.o.
13	Nova Kreditna banka Maribor d.d.
14	Nova Ljubljanska banka d.d.
15	Porsche Leasing SLO d.o.o.
16	Primorska hranilnica Vipava d.d.
17	RCI Banque SA, bančna podružnica Ljubljana
18	Sberbank banka d.d.
19	SKB banka d.d. Ljubljana
20	Summit Leasing Slovenija d.o.o.
21	UniCredit Banka Slovenija d.d.
22	UniCredit Leasing d.o.o.

Vir: Povzeto in prirejeno po Banka Slovenije, Obvezni člani sistema izmenjave, 2017e.

PRILOGA 4: Vključeni dajalci kredita v sistem Sisbon

Tabela 6: Vključeni dajalci kredita v sistem Sisbon

Z št.	Vključeni dajalci kredita
1	2pi d.o.o.
2	Arhimed d.o.o.
3	Aleasing d.o.o.
4	Bnls16 d.o.o.
5	Bonafin ena d.o.o.
6	Ekohiša d.o.o.
7	Erste card, poslovanje s kreditnimi karticami d.o.o.
8	Gen-i sonce d.o.o.
9	H&h aurum, trgovina in storitve d.o.o.
10	Kl družba za kreditiranje d.o.o.
11	Les-mms trgovska družba d.o.o.
12	Mercurius d.o.o.
13	Odstop finance d.o.o.
14	Petrol d.d., ljubljana
15	Plineks d.o.o.
16	Posojilnica bank egen
17	Porsche kredit in leasing slo d.o.o.
18	Prokativ plus d.o.o.
19	Raiffeisenbank leibnitz egen
20	Skupna 8, finančne storitve d.o.o.
21	Solis d.o.o.
22	Vbs leasing d.o.o.

Vir: Povzeto in prirejeno po Banka Slovenije, Seznam vključenih dajalcev kreditov z dostopom do omejenega nabora podatkov v sistemu SISBON, 2016c.