

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

**PRIMERJAVA NAČINOV PLAČEVANJA NA SLOVENSKIH SPLETNIH STRANEH**

Ljubljana, julij 2010

ANŽE ŽNIDARŠIČ

## **IZJAVA**

Študent Anže Žnidaršič izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Tomaža Turka, in da dovolim njegovo objavo na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne \_\_\_\_\_

Podpis: \_\_\_\_\_

## Kazalo

Uvod.....	1
1 Načini plačil .....	1
1.1 Plačilo po povzetju .....	2
1.1.1 Udeležene stranke.....	2
1.1.2 Način izvedbe.....	2
1.1.3 Prednost in slabosti.....	3
1.2 Predračun.....	3
1.2.1 Udeležene stranke.....	3
1.2.2 Način izvedbe.....	4
1.2.3 Prednosti in slabosti.....	4
1.3 Plačilo z odlogom.....	4
1.3.1 Udeležene stranke.....	5
1.3.2 Način izvedbe.....	5
1.3.3 Prednosti in slabosti.....	5
1.4 EON MegaPOS – Plačilne kartice (kreditne in debetne) .....	5
1.4.1 Udeležene stranke.....	6
1.4.2 Način izvedbe.....	6
1.4.3 Prednosti in slabosti.....	8
1.5 Moneta.....	8
1.5.1 Udeležene stranke.....	9
1.5.2 Način izvedbe.....	9
1.5.3 Prednosti in slabosti.....	10
1.6 Plačilo preko spletne banke.....	11
1.6.1 Udeležene stranke.....	11
1.6.2 Način izvedbe.....	11
1.6.3 Prednosti in slabosti.....	12
1.7 PayPal.....	13
1.7.1 Udeležene stranke.....	13
1.7.2 Način izvedbe.....	13
1.7.3 Prednosti in slabosti.....	14
1.8 Primerjava stroškov načinov plačil .....	14
1.9 Ugotovitve.....	16
2 Primeri iz prakse.....	17

2.1 Primer mimovrste.com – Spletni center sodobnih nakupov.....	17
2.2 Primer MojeKarte.si .....	19
2.3 Primer Webmaster piknik 2010.....	20
3 Navade slovenskih uporabnikov spleta pri nakupovanju .....	21
3.1 Analiza odgovorov .....	22
3.2 Pomanjkljivosti ankete .....	24
Sklep.....	24
Literatura in viri .....	26

## **Kazalo slik**

<i>Slika 1: Poenostavljen proces plačila po povzetju, ko izdelek dostavi dostavna služba .....</i>	3
<i>Slika 2: Poenostavljen proces nakupa preko predračuna .....</i>	4
<i>Slika 3: Poenostavljen proces nakupa s plačilom z odlogom.....</i>	5
<i>Slika 4: Poenostavljen proces plačila preko plačilnega sistema EON MegaPOS.....</i>	7
<i>Slika 5: Poenostavljen proces plačila preko plačilnega sistema Moneta .....</i>	10
<i>Slika 6: Poenostavljen proces plačila preko spletne banke Abanet .....</i>	12
<i>Slika 7: Poenostavljen proces plačila preko sistema PayPal v standardni različici .....</i>	14

## **Kazalo tabel**

<i>Tabela 1: Provizije plačilnega sistema PayPal glede na mesečni promet prodajalca .....</i>	13
<i>Tabela 2: Primerjava stroškov načinov plačil .....</i>	15
<i>Tabela 3: Deleži posameznih načinov plačila glede na število vseh naročil .....</i>	17
<i>Tabela 4: Delež posameznega načina plačila glede na število vseh naročil in povprečen znesek naročila na spletnem portalu MojeKarte.si.....</i>	19
<i>Tabela 5: Deleži posameznih plačilnih kartic, uporabljenih pri nakupu na spletnem portalu MojeKarte.si .....</i>	20
<i>Tabela 6: Priljubljenost načinov plačil na slovenskem spletu med anketiranci .....</i>	23

## **Uvod**

V zadnjih letih spletna trgovina na marsikaterem področju že presega promet klasičnih trgovin. Posledično se vedno več podjetij usmerja na prodajo preko svetovnega spleta, saj so tudi stroški spletne trgovine običajno veliko nižji od stroškov klasičnih trgovin. Seveda je prednosti spletnih trgovin še veliko več, pa tudi nekaj slabosti.

Na slovenskem spletu obstaja veliko načinov za plačilo storitev in izdelkov. Študije o tem, ki bi prikazala koliko se dejansko katerega načina plačil uporablja v praksi, ni.

Po drugi strani je na voljo veliko drugih podatkov, s katerimi je možno ugotoviti, katera področja so perspektivna. S pomočjo bilanc podjetij, ki poslujejo na spletu, in podatkov o obiskanosti njihovih spletnih strani je možno sklepati kaj trenutno na spletu deluje in kaj ne.

Namen moje diplomske naloge je prikazati kateri načini plačil so na voljo na slovenskem spletu, kakšni so stroški uporabe posameznega načina in koliko se ga dejansko uporablja v praksi.

Obstaja veliko splošnih prepričanj katerega načina plačil si poslužujejo uporabniki pri nakupu različnih izdelkov ali storitev, a nikjer ni študije, ki bi ta prepričanja ovrгла ali pa potrdila.

Pri raziskovanju mi bodo pomagali trije primeri iz prakse. Odločil sem se, da pridobim podatke največjega slovenskega spletnega nakupovalnega centra mimovrste.com, ki prodaja raznovrstne izdelke, ki so razporejeni v 13 oddelkov (računalništvo, glasba, knjige, šport, igrače itd.). Po drugi strani se mi je zdel zanimiv primer spletne prodajalne MojeKarte.si, ki prodaja le eno vrsto izdelka, vstopnice za razne dogodke. Kot zadnji praktični primer bom predstavil organizacijo piknika preko spleta. Najdbe iz praktičnih primerov bom poskušal potrditi oz. zanikati s pomočjo ankete, ki jo bo izpolnilo preko 1.000 uporabnikov slovenskega spleta. Anketa bo služila tudi ugotavljanju tega, koliko uporabnikov spleta je takšnih, ki še ne nakupujejo na spletu in bo tako predstavila delež potencialnih novih kupcev. Vedno je dobro vedeti koliko potenciala za rast je še na voljo in zakaj ti uporabniki spleta še ne nakupujejo na njem.

Upam, da bodo najdbe moje diplomske naloge odgovorile marsikateremu podjetniku, ki se odloča za poslovanje na spletu, na vprašanje katere načine plačil podpreti pri prodaji določenih izdelkov ali storitev na spletu. Velikokrat je težava ravno v tem, da podjetniki želijo imeti vse prvi dan poslovanja na spletu in tako se spletna stran razvija ter razvija in nikoli ne ugleda luči sveta. Po drugi strani pa bi preprosta implementacija najbolj primerne načina plačila za njegovo poslovanje lahko prinesla veliko prihodkov.

## **1 Načini plačil**

V naslednjih podglavjih bom predstavil najbolj priljubljene načine plačil storitev in

izdelkov na slovenskem spletu. Seveda to niso vse možnosti, vendar pokrivajo skoraj 100 % vseh plačil nakupov, opravljenih na slovenskem spletu.

V obliki modelov bom prikazal tudi kako poteka proces nakupa pri posameznem načinu plačila. Modeli procesov nakupov so poenostavljeni modeli, saj le-ti lahko postanejo veliko bolj kompleksni (npr. kupec ne plača računa po obdobju, ko bi ga moral in mora priti do opominjanja ali pa celo do izterjave).

## **1.1 Plačilo po povzetju**

Gre za najbolj enostavno možnost opravljanja plačila pri nakupovanju izdelkov preko spleta. Proces plačila je enostaven tako za kupca kot tudi za prodajalca.

### **1.1.1 Udeležene stranke**

V primeru, da kupec pride po izdelek v poslovalnico prodajalca, pri tem plačilu ni posrednika. V primeru, da kupcu izbere opcijo, da mu je izdelek dostavljen na dom, pa pride do stroška prevoza in plačila storitve posredovanja. Tukaj lahko izbiramo med več ponudniki tovrstnih storitev. Ker je najbolj prijazna storitev Pošte Slovenije, si bomo ogledali poslovanje preko njih.

S prijazno storitvijo mislim fleksibilne možnosti za kupca, kot je npr. to, da kupec lahko prevzame izdelek v najbližji poštni poslovalnici v primeru, če ga v času dostave ni doma. Seveda nam Pošta Slovenije ponuja tudi druge možnosti dostave (npr. dostavo po 16. uri).

Cena pošiljanja paketa preko Pošte Slovenije pri teži do 2 kg stane 3,40 € (+ DDV). Prodajalec se lahko odloči, da poštnino plača v imenu kupca ali pa jo kupec Pošti Slovenije plača sam. Dodatno mora prodajalec v tem primeru plačati storitev odkupnine, ki stane 0,55 € (+ DDV)<sup>1</sup>.

Običajno se stroške poštne zaračuna kupcu (v naprej), stroške odkupnine pa nosi prodajalec.

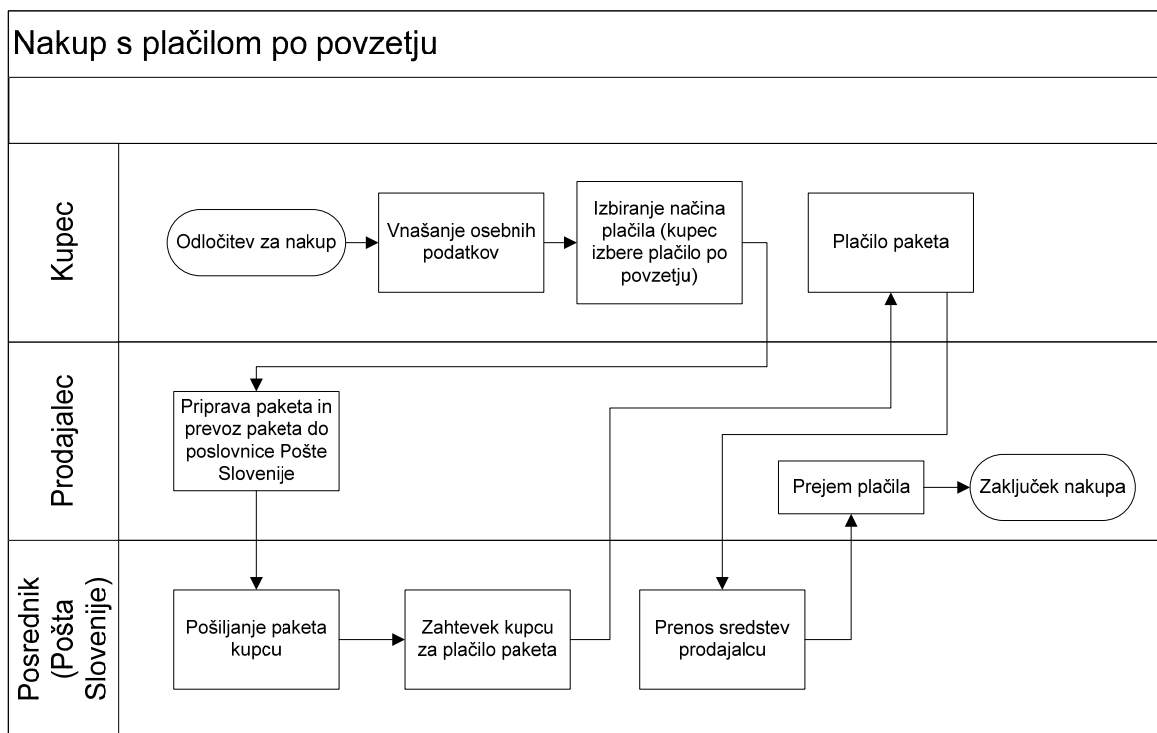
### **1.1.2 Način izvedbe**

Tehnično gledano gre za najenostavnejši način plačila, saj mora prodajalec v tem primeru, le shraniti podatke kupca, ki jih le-ta odda na njegovi spletni strani. V primeru, da kupec izbere dostavo izdelka na dom, mora prodajalec pošiljko dostaviti v poslovalnico Pošte Slovenije, izpolniti potrebne podatke (svoje in kupca) ter seveda navesti, da gre za pošiljko z odkupnino.

---

<sup>1</sup> Cene veljajo v primeru sklenjene pogodbe med podjetjem in Pošto Slovenije, pogoj za sklenitev pogodbe pa je obseg vsaj 40 € poštne storitev v obdobju enega meseca.

Slika 1: Poenostavljen proces plačila po povzetju, ko izdelek dostavi dostavna služba



### 1.1.3 Prednost in slabosti

Prednost tega načina je, da lahko pošiljko prodajalec odda takoj po naročilu kupca. Ta način je tudi najbolj enostaven za kupca, saj mu ni potrebno narediti ničesar, le počaka na paket.

Slaba lastnost tega načina pa je, da je lahko naslov kupca izmišljen, kar pomeni, da je paket prodajalcu vrnjen in mora kriti stroške pošiljanja kupcu ter tudi povratne stroške. V Sloveniji takšnih primerov zavajanja skorajda ni.

## 1.2 Predračun

Kupci, ki opravijo plačilo v obliki predračuna, so običajno mala in srednje velika podjetja. Prav tako je med njimi tudi veliko fizičnih oseb, saj je ta način plačila veliko bolj pregleden za kupca, ker le-ta običajno plačilo izvede preko spletne banke (npr. NLB Klik) in ima tako boljši pregled nad stroški.

### 1.2.1 Udeležene stranke

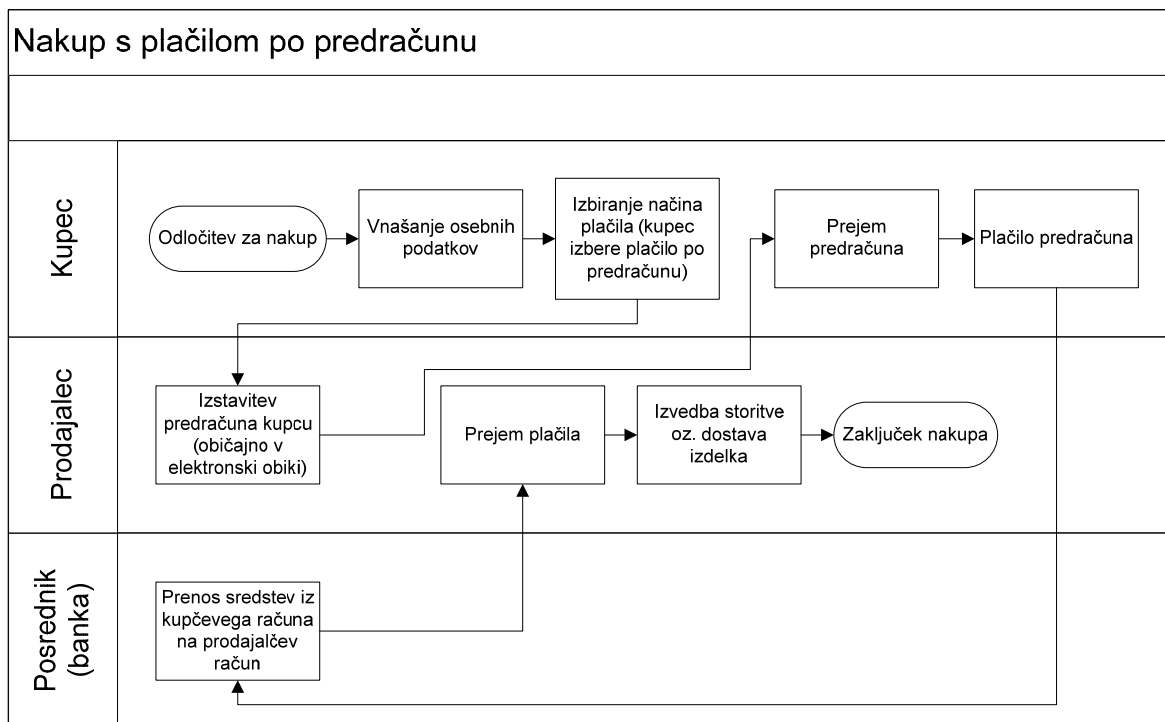
Prodajalec kupcu izda predračun, na podlagi katerega kupec izvede plačilo. Običajno kupec izvede plačilo preko spletne banke. Nekateri uporabniki spleta so malce staromodni in se še vedno poslužujejo prepisovanja podatkov na plačilne naloge in plačevanja le-teh v bančnih in poštah poslovalnicah. Šele po plačilu predračuna prodajalec kupcu pošlje naročen izdelek oz. izvede naročeno storitev. Gre torej za plačilo v naprej.

Za razliko od prejšnjega načina plačila (plačilo po povzetju), tukaj posrednik plačil v primeru dostave na dom ni podjetje, ki ureja dostavo, ampak banka, ki denar prenese od kupca na račun prodajalca. Od tega načina plačila dalje banke kot posrednika ne bom več omenjal, saj je banka posrednik praktično vseh transakcij.

### 1.2.2 Način izvedbe

Gre že za malce bolj kompleksen informacijski sistem, saj mora le-ta omogočati izdajanje predračunov in izstavljanje računov na podlagi plačanih predračunov.

*Slika 2: Poenostavljen proces nakupa preko predračuna*



### 1.2.3 Prednosti in slabosti

Največja prednost tega načina je, da prodajalec ni izpostavljen nikakršnemu tveganju, saj denar dobi v naprej. Prednost za prodajalca je tudi ta, da stroške plačila provizije nakazila nosi kupec. Strošek nakazila je različen od ponudnika do ponudnika bančnih storitev.

Slabost pa je v tem, da moramo poleg računa izdelati tudi predračun in preverjati kateri predračuni so že bili plačani in kateri ne. Tako kupec dobi izdelek oz. storitev kasneje, kar lahko zmanjša njegovo zadovoljstvo.

### 1.3 Plačilo z odlogom

Plačilo z odlogom je zelo priljubljeno pri kupcih, ki so večja podjetja, saj želijo sredstva čim dlje obračati. V tem primeru kupec dobi izdelek takoj in ga plača šele po nekem obdobju (npr. 45 dni).



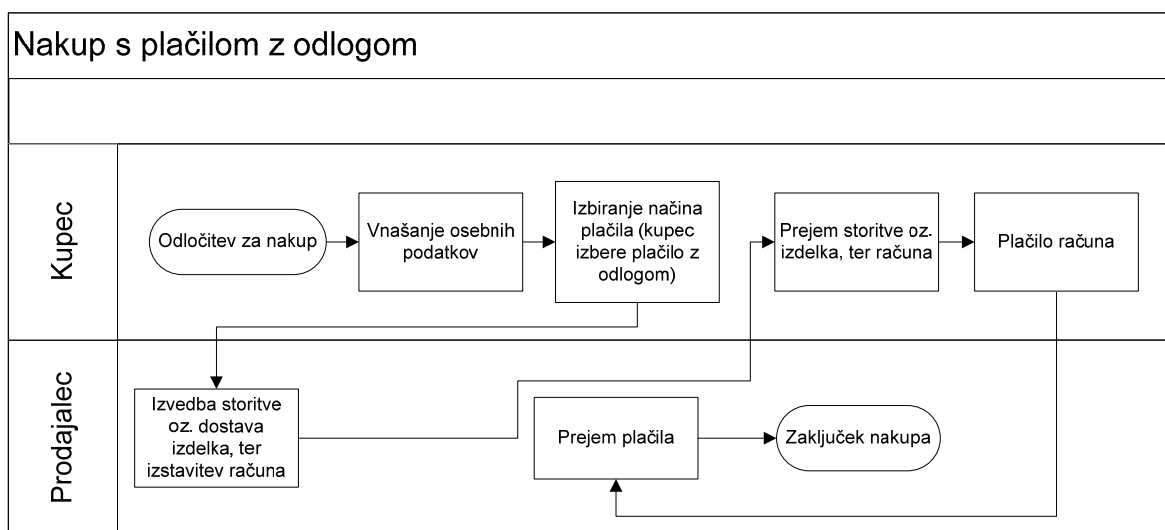
### 1.3.1 Udeležene stranke

Gre za obraten postopek kot pri plačilu preko predračuna. Prodajalcu ni potrebno izstaviti predračuna, ampak izdelek oz. storitev najprej dostavi kupcu. Šele po preteku nekega v naprej določenega obdobja kupec izvede plačilo prodajalcu.

### 1.3.2 Način izvedbe

Gre za podoben postopek plačilu po povzetju, vendar nam mora le-ta omogočati tudi spremljanje plačil, saj moramo biti opozorjeni v primeru, da kupec po pretečenem obdobju ne plača računa.

Slika 3: Poenostavljen proces nakupa s plačilom z odlogom



### 1.3.3 Prednosti in slabosti

Prednost tega načina je, da kupca prodajalec hitro prepriča v nakup in da kupcu nekakšno garancijo, da bo z izdelkom vse v redu, saj je ponudil možnost odloga plačila.

Prednost je tudi, da pri sami transakciji na strani prodajalca ni dodatnih stroškov.

Slabost tega načina je, da prodajalec dejansko kreditira kupca. Praktično gre za brezobrestni kredit, kar pomeni, da mora prodajalec zagotoviti sredstva za vmesno poslovanje, torej od dostave izdelkov do plačila. To je lahko kar velik problem za prodajalca v primeru, ko je le-ta le posrednik in dobavitelj zahteva plačilo po predračunu. Zgodi se lahko tudi, da plačilo ni izvedeno in potem nastanejo dodatni stroški opominjanja kupca ter v skrajnih primerih izterjave.

## 1.4 EON MegaPOS – Plačilne kartice (kreditne in debetne)

V primeru plačilnih kartic bom opisal postopek izvedbe plačila preko sistema EON MegaPOS. EON MegaPOS je sistem za posredovanje plačil, ki omogoča plačevanje tako s

kreditnimi kot tudi z debetnimi karticami. Sistem sicer omogoča tudi plačevanje preko Monete in spletne banke. Več o Moneti in plačilih preko spletnih bank bo napisanega v poglavju 1.5 in 1.6.

#### **1.4.1 Udeležene stranke**

Sistem EON MegaPOS je na voljo v večih oblikah. Prvi je EON NULL, ki je namenjen prodajalcem z manjšim obsegom poslovanja na spletu in se za njegovo uporabo ne zaračunava naročnine. Drugi je EON MegaPOS, za katerega mora prodajalec plačevati mesečno naročnino (62,59 € + DDV). Prednost plačljive možnosti je to, da so provizije pri posamezni transakciji nižje (0,9 %) kot pri uporabi EON NULL (provizija 2,5 %).

Pri uporabi sistema EON MegaPOS je velika prednost, da en sam sistem omogoča plačila z veliko različnimi karticami ter izbiro avtorizacijskega centra. Avtorizacijski center je ponudnik, ki omogoča plačevanje preko različnih vrst kartic in drugih storitev. Izbrati je torej potrebno tudi ponudnika, ki bo poskrbel za procesiranje transakcije. Različni ponudniki ponujajo različne kartice in provizije.

Recimo Gorenjska banka omogoča plačevanje preko kartic EuroCard, MasterCard, Visa, ter Aktiva/Maestro. Različne kartice imajo različne provizije, od 1,8 % do 2,7 %. Seveda pa je v tem primeru potrebno Gorenjski banki kot posredniku plačati tudi mesečno naročnino v znesku 45 €<sup>2</sup>.

V Sloveniji je vedno bolj popularna tudi plačilna kartica Diners Club (v nadaljevanju Diners). Provizija za Diners kartico je 3 %, ne zaračunavajo pa nobene mesečne naročnine.

Opozoriti je potrebno, da gre pri tem za dvojne provizije – najprej za sistem EON MegaPOS in dodatno še avtorizacijski center.

Obstaja tudi možnost integracije z nekaterimi avtorizacijskimi centri. Tistim spletnim stranem, ki imajo veliko prometa, se splača urediti integracijo tudi direktno z avtorizacijskim centrom (npr. banko), saj se tako prihrani provizija, ki si jo vzame sistem EON MegaPOS.

#### **1.4.2 Način izvedbe**

Izvedba od razvijalca spletne trgovine zahteva tudi znanje spletnih storitev (angl. *web services*). Gre za nadpovprečno znanje in zato običajno to pomeni tudi višje stroške razvoja takšne integracije sistema prodajalca in sistema EON MegaPOS.

---

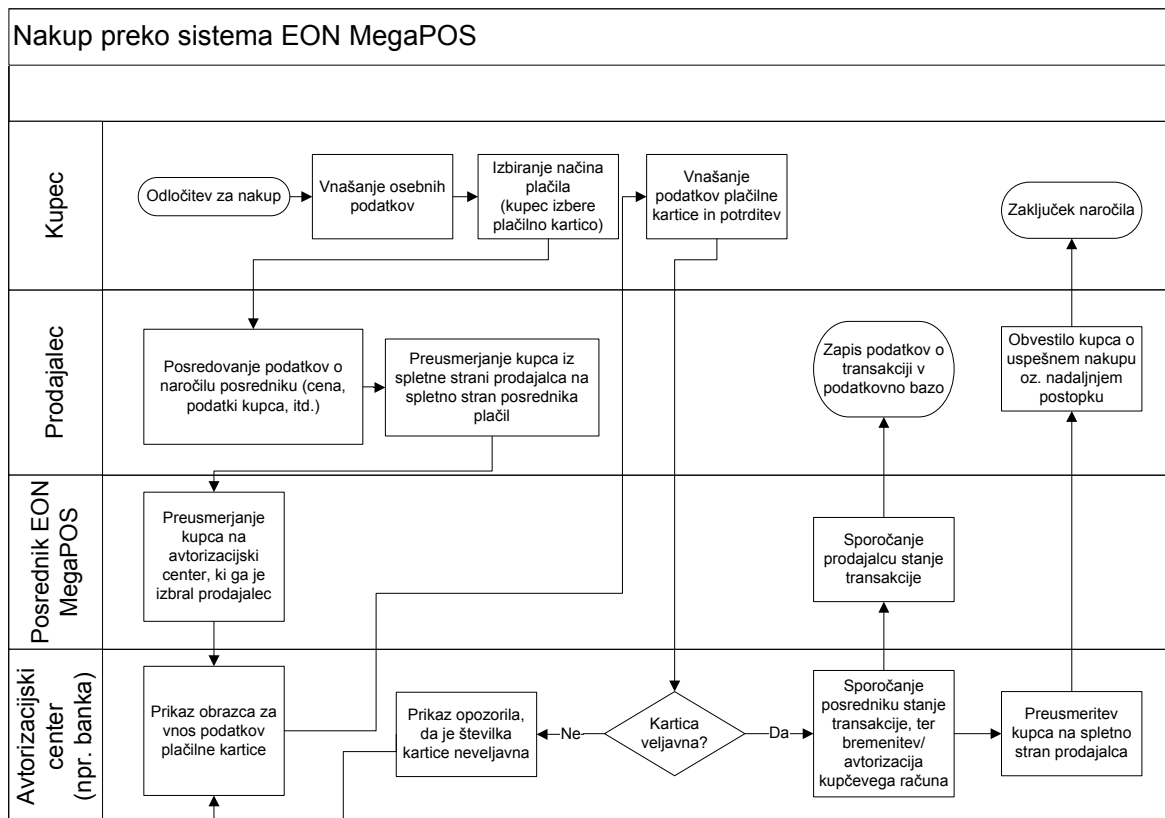
<sup>2</sup> Gorenjska banka d.d. ponuja storitev posredovanja za mesečno naročnino v znesku 45 € (+DDV) pri prometu do 100 transakcij, 40 € (+DDV) pri prometu med 100 in 1.000 transakcij, pri prometu nad 1.000 transakcij pa se mesečna naročnina ne zaračunava oz. je uporaba brezplačna.

Nakup poteka v naslednjih korakih, in sicer:

1. kupec si na spletni strani prodajalca izbere izdelek ali storitev in se odloči za plačilo s plačilno kartico;
2. kupec je s spletne strani prodajalca preusmerjen na spletno stran posrednika plačil s kreditnimi/debetnimi karticami;
3. na spletni strani posrednika vnese številko in PIN kodo svoje kartice (ime in priimek posreduje že prodajalec preko spletne storitve);
4. posrednik preusmeri kupca nazaj na spletno stran prodajalca in prodajalcu preko spletne storitve sporoči stanje o bremenitvi plačilne kartice;
5. prodajalec kupca obvesti o uspešnem oz. neuspešnem nakupu.

Posamezne transakcije je možno spremljati preko sistema MegaPOS Commerce ali pa preko klicev spletnih storitev.

Slika 4: Poenostavljen proces plačila preko plačilnega sistema EON MegaPOS



Sistem omogoča naročilo (angl. *order*) in nakup (angl. *purchase*).

**Naročilo** uporabi prodajalec takrat, ko želi ob naročilu izvesti le rezervacijo zneska na kupčevi plačilni kartici, šele ob odpremi blaga pa tudi dejansko bremenitev. Ta možnost je torej uporabna pri prodaji fizičnih dobrin. Zahtevek za bremenitev lahko prodajalec odda tudi preko klica spletne storitve in tako poveže svoj informacijski sistem s sistemom EON MegaPOS.

**Nakup** se običajno uporablja pri prodaji storitev (npr. prodaja dokumenta, ki je po nakupu poslan kupcu na elektronski naslov), saj se zgodi rezervacija in bremenitev sredstev istočasno.

V primeru, da prodajalec uporablja katero od bolj znanih spletnih trgovin (Magento, ZenCart, osCommerce, OpenCart, Prestashop), se lahko odloči za nakup modula, ki implementira EON MegaPOS. Takšno rešitev lahko kupi že za 125,00 €<sup>3</sup>, kar je veliko ceneje kot razvoj lastne rešitve.

### **1.4.3 Prednosti in slabosti**

Prednost sistema EON MegaPOS je, da omogoča plačevanje tako s kreditnimi kot z debetnimi karticami ter tudi z Moneto in s spletnimi bankami.

Ker sistem podpira več bančnih ponudnikov, lahko prodajalec enostavno zamenja le-tega (npr. v primeru, da se pri konkurenčni banki dogovori za nižjo provizijo).

Ker kupec vtipka številko kartice in varnostno kodo na spletni strani avtorizacijskega centra, se s tem prodajalec reši odgovornosti hranjenja podatkov o kreditnih karticah. V primeru, da bi prodajalec le-te hranil in bi prišlo do zlorabe (npr. bi postale javne), bi si nabral veliko pravnih težav. Seveda je po drugi strani to tudi slabost, saj mora kupec vedno znova vnašati podatke o svoji plačilni kartici.

Največja slabost pa je, da pride do dvojnega zaračunavanja provizije in v primeru nizkega prometa ter izbire paketa EON MegaPOS tudi do dvojnega zaračunavanja mesečne naročnine.

Slabost proti ostalim rešitvam je tudi, da je za izvedbo potreben razvijalec z znanjem povezovanja s spletnimi storitvami, torej z nadpovprečnim znanjem, kar pomeni, da je tudi strošek razvoja spletne trgovine, ki podpira tak način plačila, veliko večji od prej omenjenih načinov. Seveda je te stroške mogoče znižati z uporabo že prej omenjenih znanih spletnih trgovin, za katere je mogoče ugodno dokupiti modul, ki že omogoča uporabo EON MegaPOS plačilnega sistema. Gotovo je tudi vprašanje časa, kdaj bo ponudnik EON MegaPOS sistema sam ponudil takšne module brezplačno, saj mu je to v interesu.

Prednost za kupca pri uporabi kreditne kartice je dejstvo, da gre za odloženo plačilo, saj se običajno poravnava stroške na kartici enkrat mesečno. V primeru uporabe Diners kartice pa gre lahko tudi za plačilo na obroke.

## **1.5 Moneta**

Moneta je storitev za plačevanje z mobilnim telefonom. Moneto se običajno uporablja pri

---

<sup>3</sup> Ponudba podjetja TRSplet Anton Meglič s.p.

manjših zneskih nakupov, saj je relativno nizka omejitev zneska porabe nastavljena tudi na strani mobilnih operaterjev<sup>4</sup>.

### 1.5.1 Udeležene stranke

Preko Monete lahko plačujejo naročniki Mobitela, Si.Mobila in Debitela.

Pri plačilu z Moneto je običajna provizija posrednika od 7 % do 15 %, kar je veliko več kot pri ostalih načinih plačil. Splošno znano je<sup>5</sup>, da je provizija pri prodaji fizičnih izdelkov 7 %, pri prodaji neotipljivih dobrin pa 15 %. Seveda je provizija stvar dogovora, saj so le-te lahko tudi veliko nižje. Dogovorjene provizije so sicer poslovna skrivnost, zato so tu omenjeni le podatki, ki so javno dostopni na spletu.

Moneta v imenu kupca izstavi tudi račun kupcu in tako prodajalcu zniža stroške. To je največji prihranek za prodajalce, ki prodajajo neotipljive dobrine, saj jim tako kupcem ni potrebno poslati računa. Prodajalcem, ki prodajajo otipljive dobrine, pa ta prihranek ne prihrani veliko, saj morajo v vsakem primeru izdelek poslati kupcu.

### 1.5.2 Način izvedbe

Za tehnično izvedbo razvijalec spletne strani potrebuje znanje XML<sup>6</sup>. Iz tega stališča je tehnično gledano lažje implementirati Moneto kot sistem EON MegaPOS.

Postopek plačila z Moneto je podoben kot prej opisani postopek za plačilo s kreditnimi karticami. Le-ta je naslednji:

1. kupec si na spletni strani prodajalca izbere izdelek ali storitev in se odloči za plačilo z Moneto;
2. kupec je s spletne strani prodajalca preusmerjen na spletno stran Monete;
3. na spletni strani Monete vnese svojo mobilno telefonsko številko;
4. na svoj mobilni telefon sprejme sms sporočilo z enkratno varnostno kodo (tako se zagotovi, da je kupec res lastnik mobilne številke, na katero se bodo zaračunali stroški nakupa);
5. kodo nato z mobilnega telefona prepíše v spletno stran Monete;
6. po uspešno vnesenih podatkih Moneta preusmeri kupca nazaj na spletno stran prodajalca in prodajalcu preko posodobitvenega spletnega naslova sporoči stanje o transakciji;
7. prodajalec kupca obvesti o uspešnem oz. neuspešnem nakupu.

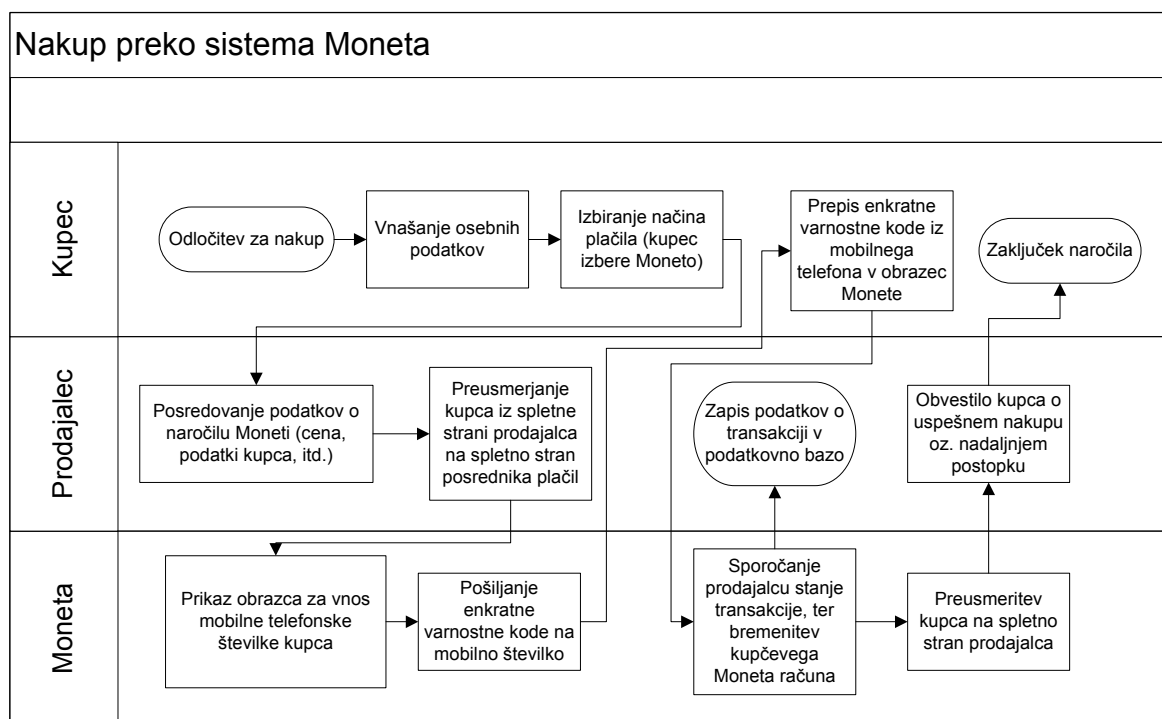
---

<sup>4</sup> Mesečna omejitev porabe sredstev za nakupe preko Monete se giblje od 20 do 80 €, različno glede na operaterja, oz. po želji naročnika se le-ta dvigne.

<sup>5</sup> Podatki izvirajo iz javnega foruma spletnih razvijalcev [www.internetmojster.com](http://www.internetmojster.com).

<sup>6</sup> XML je okrajšava za angleški izraz *Extensible Markup Language*, razširljiv označevalni jezik in je jezik, ki ga pogosto srečate, če brskate po internetu. XML je preprost računalniški jezik, podoben HTML-ju, ki nam omogoča format za opisovanje strukturiranih podatkov ali arhitektura za prenos podatkov in njihovo izmenjavo med več omrežji.

Slika 5: Poenostavljen proces plačila preko plačilnega sistema Moneta



V primeru, da prodajalec uporablja katero od bolj znanih spletnih trgovin (Magento, ZenCart, osCommerce, OpenCart, Prestashop), se lahko odloči za nakup modula, ki implementira Moneto. Takšno rešitev lahko kupi že za 125,00 €<sup>7</sup>, kar je veliko ceneje kot razvoj lastne rešitve. V tem primeru gre sicer za uporabo prej omenjenega sistema EON MegaPOS, kar pomeni, da je potrebno plačati provizijo tudi temu posredniku. Po drugi strani pa so na voljo brezplačni moduli za Moneto za trgovini ZenCart in osCommerce.

Omeniti je potrebno tudi, da obstaja podoben sistem ekskluzivno za Si.Mobilove uporabnike, imenovan Si.Nakup, ki pa ni tako uspešen kot Moneta. Iz tega razloga je tudi Si.Mobil podprl možnost nakupa preko Monete in olajšal delo razvijalcem, saj je potrebno implementirati le en sistem.

### 1.5.3 Prednosti in slabosti

Moneta je kot plačilno sredstvo že dobro poznana med uporabniki, saj je v Sloveniji že preko 350 spletnih strani, kjer je možno plačevanje z njo.

Z Moneto tako pridobimo zelo velik potencialni krog kupcev, saj v Sloveniji mobilni telefon pri Mobitelu, Si.Mobilu in Debitelu uporablja že skoraj 90 % prebivalcev<sup>8</sup>.

Prednost za kupca pri uporabi Monete je dejstvo, da gre za odloženo plačilo, saj se poravna stroške uporabe Monete le enkrat mesečno.

<sup>7</sup> Ponudba podjetja TR Splet Anton Meglič s.p.

<sup>8</sup> Vir: *Moneta*. Najdemo 15. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.moneta.si/>

Največja prednost je možnost, da Moneta v imenu prodajalca pošlje račun kupcu in tako prodajalcu zniža stroške. Seveda je ta možnost velika prednost le za prodajalce, ki prodajajo storitve (npr. prodaja dokumentov v elektronski obliki na spletu).

Slabost pa so visoke provizije.

## **1.6 Plačilo preko spletne banke**

Banke so v zadnjem času začele veliko delati na tem, da bi njihovim komitentom omogočile enostavne nakupe na spletu in odpravile napake pri vnašanju podatkov. Nihče ne more zameriti uporabnikom spletne banke, da pri vnašanju plačilnih nalogov ali posebnih položnic narobe prepisejo 15 mestno številko računa prodajalca ali pa N-mestno številko sklica.

NLB d. d. in Abanka Vipava d. d. ponujata svojim komitentom, ki so uporabniki spletne banke, tudi enostavno plačevanje v spletnih trgovinah preko le-te.

### **1.6.1 Udeležene stranke**

Postopek je podoben prej opisanemu plačevanju s plačilnimi karticami preko sistema EON MegaPOS.

Kupci v primeru plačila preko spletne banke ne plačajo nadomestila obdelave plačilnega naloga ali posebne položnice. Provizijo pa plača prodajalec banki, in sicer v primeru Abanke gre za provizijo v višini 3 % od vrednosti nakupa. Pri Abanki je provizija omejena navzgor. Najvišja provizija, ki jo zaračunajo prodajalcu, je 10,02 €. Torej je pri dražjih nakupih provizija izražena v odstotkih nižja (npr. pri nakupu v vrednosti 1.000 € bi le-ta bila okoli 1 %).

EON MegaPOS sistem ponuja tudi plačevanje preko NLB Klik in Abanet spletne banke. V primeru, da prodajalec uporabi EON MegaPOS za posredovanje plačila, se seveda obračuna tudi njihova dodatna provizija. V načinu izvedbe bom prikazal direktno integracijo s spletno banko, torej brez posrednika EON MegaPOS.

### **1.6.2 Način izvedbe**

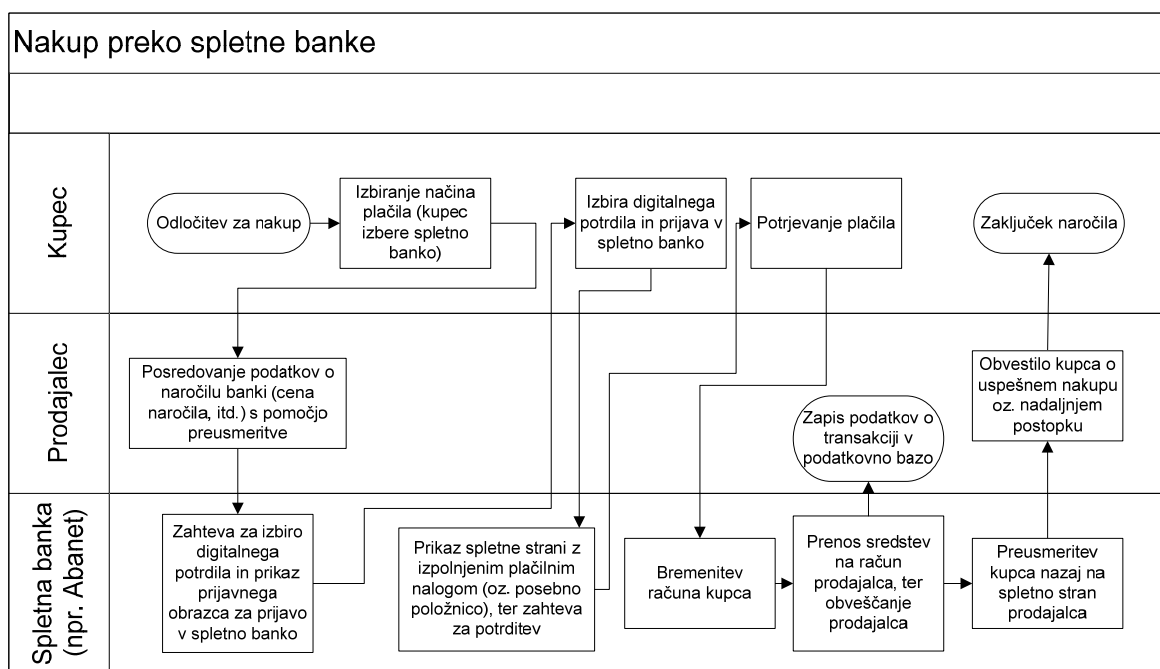
Postopek nakupa je sledeč:

1. ko se kupec odloči za nakup, ga spletna stran prodajalca preusmeri na spletno stran banke;
2. nato se mora kupec v spletno banko prijaviti s svojim geslom (prodajalec gesla ne izve in ga tudi nikoli od kupca ne sme zahtevati) ter digitalnim potrdilom, enako kot vedno, ko uporablja spletno banko;

3. ko se kupec tako uspešno, varno prijavi v spletno banko, ga tam že pričaka izpolnjen plačilni nalog (ali posebna položnica), ki ga mora le še potrditi; tako kot vsako drugo plačilo, ki ga opravlja preko spletne banke (glej prilogo 1);
4. po uspešno izvedenem plačilu se kupcu prikažejo v spletni banki podrobnosti plačila;
5. nato je kupec preusmerjen nazaj na spletno stran prodajalca.

Po uspešnem plačilu spletna banka prodajalcu pošlje podatke o plačilu v XML obliki.

*Slika 6: Poenostavljen proces plačila preko spletne banke Abanet*



Način je torej zelo podoben plačevanju s plačilnimi karticami oz. je celo malce manj tehnično zahteven.

V vsakem primeru se lahko prodajalec odloči le za podpis pogodbe z banko in omogoči plačevanje preko sistema EON MegaPOS. V primeru manjšega obsega poslovanja preko tega načina plačevanja se to spleta, v primeru večjega pa vedno manj. Seveda to velja tudi za druge načine plačevanja, ki jih omogoča EON MegaPOS.

### 1.6.3 Prednosti in slabosti

Gre za kupcu prijazen način plačevanja, ki izključuje možnost napake pri vnosu plačilnega naloga ali posebne položnice v spletno banko. Kupcu se torej proces plačila zelo poenostavi, prav tako pa je pravilen vnos podatkov v interesu prodajalca.

Po drugi strani se v tem primeru, čeprav gre za plačilo preko spletne banke, strošek prestavi na stran prodajalca. V primeru, da bi šlo za preprosto plačilo predračuna, kjer kupec prepíše podatke računa v plačilni nalog v spletno banko, bi provizijo plačal kupec, v tem primeru pa jo plača prodajalec. Gre torej za prenos plačila provizije iz kupca na prodajalca, kar je slabo za zadnjega.



V zadnjih letih je bilo že kar nekaj obvestil o lažnih vstopnih straneh spletnih bank, kar tudi sproža strah pri kupcih. Ta način plačila predstavlja trenutno novost, zato bo še nekaj časa trajalo, da ga uporabniki sprejmejo.

## 1.7 PayPal

Naj za konec omenim še tujo možnost plačila na spletu preko sistema PayPal, ki služi plačevanju s kreditnimi karticami. Gre za najbolj priljubljeno metodo plačevanja s kreditnimi karticami na spletu, uporablja jo preko 100 milijonov uporabnikov.

### 1.7.1 Udeležene stranke

Kupec ima na voljo dva načina plačevanja preko sistema PayPal, in sicer:

- ob plačilu le vnese podatke svoje kreditne kartice in opravi nakup;
- postane registriran uporabnik sistema PayPal in mu tako nikoli ni potrebno ponovno vnašati podatkov kartice, vnese le svoje geslo.

PayPal kupcu omogoča, da si na svoj PayPal račun naloži sredstva ali pa se ob nakupih sprotno bremeni njegovo kreditno kartico.

PayPal je na voljo v dveh oblikah, v standardni in profesionalni (angl. *Standard* in *Professional*). V Sloveniji je na voljo le standardna različica, zato bo opisana le ta.

PayPal v standardni različici ne zaračunava prodajalcu mesečne naročnine. PayPal zaračunava za vsako transakcijo 0,35 € in provizijo. Provizija je odvisna od višine mesečnega prometa prodajalca.

Tabela 1: Provizije plačilnega sistema PayPal glede na mesečni promet prodajalca

Mesečni promet v €	Provizija v %
0 do 2.500	3,4
2.501 do 10.000	2,9
10.001 do 50.000	2,7
50.001 do 100.000	2,4
nad 100.000	1,9

Vir: *Transaction fees for domestic payments*. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu [https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=\\_display-receiving-fees-outside&countries=EU](https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=_display-receiving-fees-outside&countries=EU)

### 1.7.2 Način izvedbe

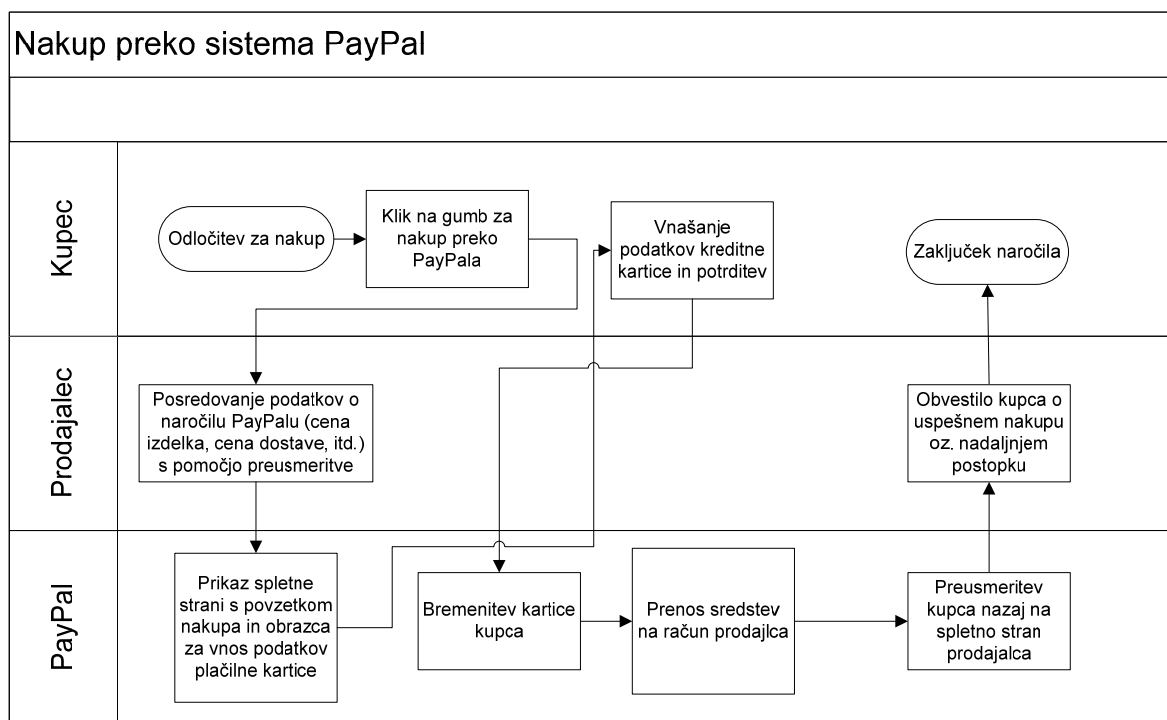
Dobra lastnost PayPala je, da obstajajo brezplačni moduli za vse večje odprtokodne spletne trgovine, ki so bile že omenjene pri prejšnjih načinih plačil.

PayPal omogoča enostavno integracijo v prodajalčevo obstoječo spletno stran. Prodajalec si lahko kar sam izdelava gumb za nakup (glej prilogo 2), ki kupca preusmeri iz spletne strani prodajalca na spletno stran PayPala, kjer kupec opravi nakup. PayPal obvesti o tem prodajalca, kupca pa preusmeri nazaj na spletno stran prodajalca. Seveda PayPal tudi prenese sredstva na prodajalčev račun.

PayPal omogoča tudi zaračunavanje mesečnih naročnin, kjer se kupcu vsak mesec zaračuna neki znesek.

PayPal je od opisanih sistemov, ki zahtevajo integracijo, najenostavnejši, saj ne potrebujemo naprednega znanja programiranja, ampak ga lahko uporabijo tudi povprečni uporabniki spleta.

Slika 7: Poenostavljen proces plačila preko sistema PayPal v standardni različici



### 1.7.3 Prednosti in slabosti

Velika prednost sistema PayPal je, da prodajalcu omogoča enostavno integracijo ter nič dodatnih stroškov. S tem je zelo dobrodošel, saj zahteva nizke zagonske stroške. Integracija standardne različice prodajalcu tako ne prinese dodatnih fiksnih stroškov, ampak le variabilne.

Slabost PayPal sistema je ta, da proti njemu obstaja veliko negativne reklame, ena takih je spletna stran [www.paypalsucks.com](http://www.paypalsucks.com).

### 1.8 Primerjava stroškov načinov plačil

Primerjava stroškov načinov plačil vsebuje primerjavo provizij in mesečnih naročnine, ne

obravnavajo pa stroškov razvoja ter drugih stroškov, do katerih lahko pride v primeru implementacije posameznega načina plačila.

V primeru plačila po povzetju, kjer se pošlje izdelek kupcu, prodajalec plača le storitev odkupnine, ki znaša 0,55 € (+ DDV). V primerih plačila po predračunu in plačila z odlogom pa le strošek transakcije, torej zopet ne gre za provizijo glede na znesek nakupa. V teh treh primerih gre torej za enostavne načine plačil, ki ne zahtevajo integracije s ponudniki storitev posredništva pri nakupu med kupcem in prodajalcem.

V spodnji tabeli ponujam povzetek omenjenih načinov plačil, kjer prihaja do provizij, ter vsemi z njimi povezanimi stroški. Gre za načine plačil, kjer je potrebna integracija med prodajalcem in ponudnikom načina plačila.

*Tabela 2: Primerjava stroškov načinov plačil*

	<b>EON NULL<sup>9</sup></b>	<b>EON MegaPOS<sup>10</sup></b>	<b>Moneta</b>	<b>Spletna banka Abanet</b>	<b>PayPal Standard</b>
<b>Mesečna naročnina v €</b>	0 <sup>11</sup>	62,59 <sup>12</sup>	0	0	0
<b>Provizija sistema v %</b>	2,5	0,9	od 7 do 15	3	od 1,9 do 3,4 + 0,35 €
<b>Provizija avtorizacijskega centra (npr. banke) v %</b>	od 1,8 do 3	od 1,8 do 3	/	/	/
<b>Skupna provizija v %</b>	od 4,3 do 5,5	od 2,7 do 3,9	od 7 do 15	3	od 1,9 do 3,4 + 0,35 €

*Vir: Lastni izračuni*

Pri branju tabele 2 je potrebno paziti, da gre pri sistemih EON za zaračunavanje dvojnih provizij, za sistem EON in za avtorizacijski center. Vedno obstaja možnost, da se v spletno trgovino prodajalca integrira direktno povezavo z avtorizacijskim centrom in se tako prihrani provizijo, ki si jo vzame sistem EON. Seveda to pri vseh avtorizacijskih centrih ni mogoče<sup>13</sup>. To dejstvo je pomembno, saj tako postane uporaba domačih načinov plačil s plačilnimi karticami veliko bolj privlačna od uporabe tujega sistema PayPal, saj pri njem postanejo provizije ugodnejše šele pri prometu nad 2.500 € mesečno. Tudi v tem primeru je potrebno povedati, da vedno obstaja možnost dogovora nižje provizije z banko.

<sup>9</sup> Provizije so dane za uporabo plačilnih kartic MasterCard, EuroCard, Visa in Activa/Maestro glede na ponudbo Gorenjske Banke d.d., ter plačilni kartici Diners Club.

<sup>10</sup> Provizije so dane za uporabo plačilnih kartic MasterCard, EuroCard, Visa in Activa/Maestro glede na ponudbo Gorenjske Banke d.d., ter plačilni kartici Diners Club.

<sup>11</sup> Mesečna naročnina avtorizacijskega centra ni upoštevana, saj le-ta ni nujno prisotna.

<sup>12</sup> Mesečna naročnina avtorizacijskega centra ni upoštevana, saj le-ta ni nujno prisotna.

<sup>13</sup> Sistem Diners tega ne omogoča. Po drugi strani pa direktno integracijo omogoča Gorenjska Banka d. d.

## 1.9 Ugotovitve

Iz vseh opisov načinov plačil lahko povzamem nekaj ugotovitev. Prodajalec bi v vsakem primeru moral omogočiti plačilo po povzetju in plačilo po predračunu, saj je le-to najmanj tehnično zahtevno. V primeru poslovanja s podjetji mora prodajalec omogočiti tudi plačilo z odlogom.

Ostale izvedbe so odvisne od časa, ki ga ima prodajalec na voljo, da omogoči način plačila, in seveda od sredstev, ki jih je za to pripravljen nameniti.

V primeru, da si želi prodajalec hitro in ugodno omogočiti kupcem prodajo preko kreditnih kartic, je tako najbolj primerna ponudba plačil preko sistema PayPal.

Če prodajalec prodaja storitve na spletu po nizki ceni (do 10 €), se mu splača uporabiti Moneto, ki ima sicer visoko provizijo, a v zameno pošlje kupcu račun v imenu prodajalca.

Če si prodajalec želi hitro in ugodno omogočiti kupcem plačilo preko kreditnih in debetnih kartic ter uporablja katero od bolj znanih odprtokodnih spletnih trgovin (npr. Magento), je najboljša izbira nakup modula EON MegaPOS podjetja TRSplet, ter sklenitev pogodbe z EON MegaPOS in z eno od bank.

Ko ima prodajalec več sredstev, namenjenih za razvoj, pa postane ekonomsko sprejemljiva direktna integracija z avtorizacijskim centrom, saj se tako provizija dodatno zniža in je nižja tudi od PayPala. Najbolj racionalna rešitev na dolgi rok za prodajalca, ki bi rad omogočil plačila s kreditnimi in debetnimi karticami, je torej direktna integracija z avtorizacijskim centrom, torej v primeru kartic, banko.

V začetku bi torej prodajalec z omejenimi sredstvi ponudil večino načinov plačil preko sistema EON MegaPOS, ki ponuja tudi plačila preko Monete in spletnih bank, kasneje pa bi se integriral s posameznimi avtorizacijskimi centri.

Racionalen podjetnik, ki ponuja plačilo izdelkov na spletu, bi torej šel po tej poti:

1. ponudba plačila po povzetju in predračunu;
  - a) v primeru poslovanja s pravnimi osebami, možnost plačila z odlogom;
2. možnost plačila preko sistema PayPal;
3. implementacija sistema EON MegaPOS in ponudba vseh vrst plačil, ki jih le-ta omogoča;
4. glede na priljubljenost načinov plačil se izvede postopoma direktna integracija s posameznimi avtorizacijskimi centri.

Potrebno je vedeti, da so vse omenjene provizije stvar dogovora. Torej večji, kot je promet prodajalca, nižje provizije posrednikov si lahko le-ta izbori.

## 2 Primeri iz prakse

Pri raziskovanju navad uporabnikov slovenskega spleta sem si pomagal s podatki slovenskih spletnih strani, ki ponujajo plačevanje izdelkov in storitev.

V naslednjih poglavjih bom prikazal podatke treh spletnih strani, ki omogočajo opravljanje nakupa preko spleta.

### 2.1 Primer mimovrste.com – Spletni center sodobnih nakupov

Podjetje mimovrste d. o. o. je lastnik spletne trgovine mimovrste.com, ki se ukvarja s prodajo raznovrstnih izdelkov preko spleta. Vse od računalniške opreme, preko kuhinjskih aparatov do pnevmatik za avtomobile.

Spletna trgovina mimovrste.com poleg že omenjenih načinov plačila omogoča še plačilo preko **Bankredita**, obročnega odplačila za nakupe v znesku od 190 € do 1.250 € na 3 do 24 obrokov.

Iz spletne trgovine mimovrste.com so mi poslali podatke o deležu posameznega načina plačil v njihovi spletni trgovini za leto 2009. Podatki so razdeljeni tudi na fizične in pravne osebe, kar je zelo dobrodošlo, saj se vidi, ali so kakšne razlike med navadami fizičnih in pravnih oseb. Fizične osebe opravijo 75 % naročil, pravne pa 25 % (glej prilogo 3).

Iz tabele 3 je lepo razvidno, da fizične osebe raje poslujejo v papirnati denarni obliki, pravne pa se večinoma poslužujejo elektronskih oblik, saj so le-te veliko bolj pregledne.

*Tabela 3: Deleži posameznih načinov plačila glede na število vseh naročil*

Način plačila	Fizične osebe (delež v %)	Pravne osebe (delež v %)
Gotovina <sup>14</sup>	78,10	14,42
Odloženo plačilo	0,61	15,05
Predračun	12,65	68,62
Plačilna kartica	1,84	1,53
Moneta	0,21	0,01
Diners klub (obroki)	0,99	0,37
BanKredit	5,60	/ <sup>15</sup>

*Vir: Rejc, M. (2010, 28. maj). Intervju z vodjo korporativnega komuniciranja v podjetju mimovrste d. o. o. Preko elektronske pošte.*

Za osnovo je vzeto število naročil in ne skupen znesek naročil. Tako vsak nakup z določenim načinom plačila le-temu prinese višji delež.

<sup>14</sup> Plačilo po povzetju ali plačilo z gotovino v poslovalnici.

<sup>15</sup> BanKredit je na voljo le fizičnim osebam.

Potrebno je vedeti, da bi bili podatki lahko povsem drugačni, če bi gledali tudi zneske posameznih naročil. V zgornjem primeru je tako nakup z odloženim plačilom v znesku 10.000 € enakovreden nakupu s plačilom po predračunu za 100 €. Prav tako bi bil lahko tudi odstotek naročil pravnih oseb višji, če bi se upošteval skupen znesek naročil in ne število naročil.

Iz tabele 3 in grafa v prilogi 4 je razvidno, da še vedno velika večina fizičnih oseb nakupuje preko plačila po povzetju oz. v denarni obliki. Prav tako je veliko plačil predračunov. Iz tega sklepam, da za zadovoljitev večine kupcev prodajalcu ni potrebno implementirati razvojno zahtevnih metod plačila, kot so plačilne kartice in Moneta.

Zanimiv je visok odstotek obročnega odplačila z uporabo BanKredita. Gotovo je dobro vedeti, da imajo slovenski kupci radi možnost kredita. Iz prej omenjenih pogojev BanKredita se tudi razbere, da gre za kupce, ki v okviru enega nakupa porabijo nad 190 €. S tem je tudi moje osebno mnenje, ki sem si ga izoblikoval iz lastnih navad in mnenj prijateljev, da ta način plačila predstavlja gotovo zanemarljiv delež, ovrženo.

Iz tabele 3 in grafa v prilogi 5 je razvidno, da večina podjetij plačuje po predračunu, kar je dobro vedeti, saj gre za najenostavnejšega med varnimi nakupi. Za varni nakup se tu gleda iz pogleda prodajalca, saj dobi denar v naprej in se tako izogne potencialnim težavam, ki bi nastale, če kupec ne bi plačal računa.

Delež gotovine in odloženih plačil sta približno enaka ter skupaj znašata skoraj 30 %. Zopet so navedeni podatki zanimivi iz razvojnega stališča, saj so ravno te tri metode (plačilo po predračunu, plačilo z odlogom in plačilo po povzetju / z gotovino) najenostavnejše za implementacijo v prodajalčevo spletno trgovino.

Iz podatkov lahko povzamem, da bo prodajalec zadovoljil večino kupcev v primeru, da implementira naslednje tri načine plačila:

- plačilo po povzetju;
- plačilo po predračunu;
- plačilo z odlogom.

Seveda to velja le za tiste prodajalce, ki prodajajo podobne izdelke kot spletna trgovina mimovrste.com. Na dolgi rok je priporočljivo podpreti čim več načinov plačil, vendar za začetek bodo zgoraj tri omenjene za takšno vrsto trgovine zadostovale.

Zanimiv je tudi način kako spletna trgovina mimovrste.com rešuje problem različnih višin provizij pri različnih načinih plačil. Skoraj vsi njihovi izdelki imajo popuste in ko kupec izbere recimo plačilo preko plačilne kartice, se ta popust zniža. Enako se zgodi, če se kupec odloči za plačilo preko Monete. Tako se zaobide pogoj Monete, ki pravi, da izdelek pri plačilu preko Monete ne sme biti dražji kot pri drugem načinu plačila. Nič pa se ne govori o višini popusta. V primeru, da izdelek nima popusta, znesek ostane enak. Ni pa to nič novega, saj mnogo klasičnih trgovin ponuja popust na plačilo z gotovino. Gre enostavno za prenos načina

dela iz klasičnih trgovin v spletne. Je pa gotovo to tudi razlog za dodatno nižjo uporabo plačilnih kartic, saj kupca malce odvrne od tega, da bi jih pri nakupu uporabil, če lahko recimo s plačilom po povzetju prihrani 3 % (glej prilogo 6).

## 2.2 Primer MojeKarte.si

Podjetje Programski atelje A&Z d. o. o. je lastnik spletnega portala MojeKarte.si, ki ponuja vstopnice za raznovrstne prireditve. Od glasbenih koncertov, preko vstopnic za odrske predstave in vse do športnih prireditev. Gre za povsem drugačno ponudbo kot v prej omenjeni spletni trgovini mimovrste.com. Izdelkov tukaj ni, na dom kupec prejme le vstopnico.

MojeKarte.si ponujajo kupcem veliko različnih načinov plačil. Poleg deležev posameznih načinov plačil so mi v podjetju Programski atelje A&Z d. o. o. zaupali tudi povprečen znesek posameznega načina plačila. V spodnji tabeli in grafu bom prikazal posamezne deleže načinov plačil.

*Tabela 4: Delež posameznega načina plačila glede na število vseh naročil in povprečen znesek naročila na spletnem portalu MojeKarte.si*

<b>Način plačila</b>	<b>Delež v % (glede na št. naročil)</b>	<b>Povprečen znesek naročila v €</b>
Abanet	1,37	37,50
Plačilo po povzetju	12,09	36,43
NLB Klik	10,75	45,49
Plačilna kartica	62,53	52,77
Si.Nakup	1,86	23,43
Moneta	11,41	33,10

*Vir: Mavrič, A. (2010, 11. maj). Intervju z direktorjem podjetja Programski atelje A&Z d. o. o. Preko elektronske pošte.*

Pridobljeni podatki veljajo za obdobje od 1. 1. 2010 do 31. 3. 2010. Podatki so v obliki grafa prikazani v prilogi 7.

Zanimiv je predvsem visok delež plačilnih kartic, saj je tukaj še vedno možnost plačila po povzetju, ker se vstopnice pošljejo na naslov kupca. Iz danih podatkov je vidno, da se kupci v primeru nakupa vstopnic vedejo popolnoma drugače kot pri nakupu materialnih izdelkov.

Glede na povprečen znesek pri posameznem načinu plačila bi se sedaj prodajalec lahko teoretično lažje odločil za to, kateri način plačila najprej implementirati. Žal pa povprečni zneski ne odstopajo prav veliko, tako da je glede na dane podatke za podobno spletno stran najbolje upoštevati deleže posameznih načinov plačil. Iz danih podatkov se tako lahko sklepa, da bi prodajalec najprej implementiral možnost plačevanja s plačilnimi karticami, nato plačilo po povzetju, Moneto in možnost plačila preko NLB Klica. Kot zadnjo možnost bi implementiral Abanet. Si.Nakupa ne bi implementiral, saj Moneta omogoča plačevanje tudi Si.Mobilovim naročnikom.

V poglavju o plačilnih karticah in implementaciji sistema MegaPOS sem že omenil, da različni avtorizacijski centri (običajno banke) omogočajo različne plačilne kartice. Nekateri omogočajo le kreditne kartice, drugi pa kreditne in debetne.

Direktor MojeKarte.si je bil tako prijazen, da je razkril tudi podatke o tem, kolikšen je delež posamezne plačilne kartice pri nakupih vstopnic na njihovi spletni strani.

*Tabela 5: Deleži posameznih plačilnih kartic, uporabljenih pri nakupu na spletnem portalu MojeKarte.si*

Plačilna kartica	Delež v %
EuroCard/MasterCard	65,32
Diners	7,19
Activa/Maestro	4,93
Visa	22,23

*Vir: Mavrič, A. (2010, 11. maj). Intervju z direktorjem podjetja Programski atelje A&Z d. o. o. Preko elektronske pošte.*

Iz tabele 5 lahko vidimo, da nam prej omenjena ponudba Gorenjske banke d. d., ki podpira EuroCard, MasterCard, Visa in Activa/Maestro plačilne kartice ne ustreza popolnoma. Da pokrijemo še ostalih 7,19 % nakupov s plačilnimi karticami, moramo tako skleniti pogodbo še z avtorizacijskim centrom Diners Club<sup>16</sup>.

Iz primera MojeKarte.si se vidi, da ni mogoče izdelati nekega univerzalnega seznama, ki bi določal katere načine plačil uporabiti na slovenskih spletnih straneh, ampak je le-ta odvisen od vrste storitve oz. izdelka, ki ga bo prodajalec ponujal na spletu.

Očitno je, da kupci na vstopnice gledajo drugače kot na materialne izdelke, ki jih bodo uporabljali. Ta ugotovitev je zanimiva, še posebno, ker v obeh primerih pride dobrina z dostavo na dom. V prvem primeru vstopnica in v drugem neki materialen izdelek, npr. televizija. V obeh primerih bi bilo povsem običajno plačati dobrino po povzetju, vendar je vseeno razlika v plačilnih navadah ogromna. Ker gre praktično za storitev, bi lahko tako sklepal, da je pri prodaji storitev potrebna drugačna prioriteta implementacije načinov plačil. Seveda pa je mogoče tako velika razlika tudi na račun dejstva, da spletni portal MojeKarte.si plačil s plačilnimi karticami ne diskriminira tako kot spletna trgovina mimovrste.com (glej prilogo 6).

### **2.3 Primer Webmaster piknik 2010**

Za zadnji primer iz prakse sem se odločil predstaviti organizacijo Webmaster piknika 2010. Šlo je za enodnevni dogodek, za katerega so morali obiskovalci plačati simboličnih 5 € prijavnine.

<sup>16</sup> Potrebna je ločena pogodba, saj plačilnih kartic Diners ne podpira noben drug avtorizacijski center kot njihov lasten.



V večini primerov kupcev gre za tehnične ljudi, razvijalce, tiste, ki prodajalcem izdelajo spletne trgovine, implementirajo različne načine plačil itd. Ravno zaradi tega se mi je primer zdel zanimiv, saj me je zanimalo, ali bodo rezultati kaj drugačni kot v ostalih primerih.

Obiskovalcem oz. kupcem sta bila na voljo le dva načina plačila. Plačilo po predračunu in plačilo preko sistema PayPal.

Piknika se je udeležilo 112 obiskovalcev. Za plačilo po predračunu se je odločilo 57 % obiskovalcev, za plačilo preko PayPala pa 43 % obiskovalcev.

Žal ni mogoče pridobiti podatkov koliko obiskovalcev, ki je uporabilo PayPal, je plačalo preko registriranega PayPal uporabniškega računa in koliko preko vnosa podatkov kreditne kartice.

Visok odstotek uporabe PayPala je pozitiven znak, saj to pomeni, da so kupci že vajeni tujih načinov plačevanja na spletu tudi na slovenskih spletnih straneh.

Pozitivno je predvsem to, da gre za računalniško zelo ozaveščene ljudi, ki so opravili plačilo. To je dobra novica za vse, ki bi radi ponudili plačilo preko kreditnih kartic karseda hitro, saj je, kot je bilo omenjeno v poglavju 1.7, PayPal najenostavnejši način, da prodajalec ponudi plačilo preko kreditnih kartic svojim kupcem. S tem, ko razvijalci spletnih trgovin tudi sami uporabijo PayPal za način plačila, je jasno, da mu zaupajo. To je nekako primerljivo s tem, da borzni svetovalec dejansko tudi sam kupuje tiste delnice, katerih nakup predlaga svoji stranki.

Iz tega lahko sklepam, da bodo plačilne kartice in drugi enostavni načini nakupa v prihodnost še bolj sprejeti in se bomo počasi odvadili prepisovanja podatkov na plačilne naloge.

### **3 Navade slovenskih uporabnikov spleta pri nakupovanju**

Poleg ogleda praktičnih primerov sem pripravil tudi anketo. Cilj ankete je potrjevanje oz. ovržba pridobljenih podatkov iz prakse in ugotavljanje tega, kolikšen je delež tistih uporabnikov spleta, ki na njem (še) ne opravljajo nakupov. Odstotek tistih, ki nakupov še ne opravljajo, je seveda tudi dodaten potencial za rast prodaje na spletu. Poleg tega sem tiste, ki še ne opravljajo nakupov na spletu, povprašal o tem, zakaj je temu tako.

Anketo sem zasnoval preprosto. Uporabil sem anketni sistem SurveyGizmo, ki mi je omogočil enostavno vnašanje vprašanj, možnost vejitev<sup>17</sup>, izdelavo poročil ter tudi pošiljanje promocijskih elektronskih sporočil<sup>18</sup>.

Anketo je do konca izpolnilo 1.076 ljudi, delno 163, 672 pa jih je spletno anketo zaprlo še preden so jo pričeli izpolnjevati.

V prilogi 8 je anketni vprašalnik.

---

<sup>17</sup> Možnost zastavljanja različnih prihodnjih vprašanj glede na odgovorjeno prejšnje vprašanje.

<sup>18</sup> 500 najbolj zvestim bralcem svojega spletnega dnevnika sem poslal prošnjo za izpolnitev ankete.

Na večino vprašanj ni bilo obvezno odgovoriti. S tem so lahko anketiranci vprašanje preskočili v primeru, da jim noben od danih odgovorov ni ustrezal.

### 3.1 Analiza odgovorov

Kot pričakovano je v anketi sodelovalo več moških (58,5 %) kot žensk (41,5 %). Povprečna starost anketirancev je bila malce pod 30 let (29,83 let).

52,8 % anketirancev je zaposlenih, ostali ne. Delež študentov v anketi je bil kar 40,5 %, za kar je gotovo krivo dejstvo, da smo študenti že vajeni izpolnjevati ankete.

Demografski podatki se s tem zaključijo. Nisem želel izdelati predolge ankete, saj bi tako gotovo izgubil še več anketirancev. Anketni sistem SurveyGizmo je podal oceno, da za izpolnitev ankete anketiranci potrebujejo tri minute, kar je čas, ki si ga lahko vzame vsak.

Visok delež anketirancev, kar 24,4 %, je povedalo, da na spletu ne nakupujejo. Glavni razlog je nezaupanje spletnim trgovinam. Ta problem bi prodajalci lahko reševali s tem, da delajo več na izobraževanju potencialnih kupcev, da jih prepričajo v to, da je nakup preko spleta popolnoma varen in da prinaša mnoge prednosti pred nakupom v klasični trgovini. Drugi opazen razlog pa je bil ta, da izdelka ne morejo videti in pomeriti, kar res predstavlja težavo pri izdelkih, ki morajo ustrezati kupčevi telesni zgradbi (npr. čevlji, obleke itd.). To težavo so prodajalci v tujih spletnih trgovinah rešili že pred leti na zelo enostaven način. Oglejmo si primer nakupa čevljev. Prodajalci<sup>19</sup> so kupcem ponudili možnost naročila več parov različnih velikosti čevljev, od katerih nato kupec nazaj pošlje tiste pare, ki mu niso ustrezali, obdrži pa tistega, ki mu je ustrezal. Seveda v tem primeru stroške dostave od kupca nazaj do prodajalca krije prodajalec sam. Tako sicer pride do dodatnih stroškov dostave za prodajalca, vendar so kupci veliko bolj zadovoljni, kar prodajalcu prinese veliko konkurenčno prednost. Na slovenskem spletu še nisem opazil, da bi katera spletna trgovina oglaševala tak varen način nakupa za kupca.

Od tukaj naprej bodo podatki izvzeti iz vzorca anketirancev, ki so odgovorili, da nakupe na spletu opravljajo, torej vzorec, velik 76,6 % vseh dokončno izpolnjenih anket.

Anketiranci so lahko izbrali, da nakupujejo na spletu kot fizična oseba, torej za lastne potrebe, ali pa kot pravna oseba, torej za podjetje. Možno je bilo označiti oba odgovora. Tako jih kot fizična oseba nakupuje 82,7 %, kot pravna pa 17,3 %.

V drugem delu ankete je bilo potrebno razvrstiti načine plačil po vrstnem redu. Najvišje tistega, ki ga uporabljajo največ, in najnižje tistega, ki ga uporabljajo najmanj. Vprašanje je bilo ločeno za fizične in pravne osebe.

Glede na dane odgovore je sistem SurveyGizmo razvrstil načine plačil po priljubljenosti.

---

<sup>19</sup> Najbolj znan primer takšnega prodajalca je Zappos.com.

*Tabela 6: Priljubljenost načinov plačil na slovenskem spletu med anketiranci*

<b>Mesto</b>	<b>Fizične osebe</b>	<b>Pravne osebe</b>
<b>1</b>	Plačilo po povzetju	Plačilo po predračunu
<b>2</b>	Plačilna kartica	Plačilna kartica
<b>3</b>	Plačilo po predračunu	Plačilo po povzetju
<b>4</b>	Plačilo preko spletne banke (NLB Klik, Abanet)	PayPal
<b>5</b>	PayPal	Plačilo preko spletne banke (NLB Klik, Abanet)
<b>6</b>	Moneta	Plačilo z odlogom
<b>7</b>	Plačilo z odlogom	Moneta
<b>8</b>	Drugi način	Drugi način
<b>9</b>	Si.Nakup	Si.Nakup

*Vir: Anketni vprašalnik*

Iz tabele 6 je razvidno, da gre za nekakšno zmes vseh treh praktičnih primerov, saj je vidno, da je poleg plačila po povzetju in predračunu izredno priljubljeno tudi plačilo s plačilno kartico.

Zanimivo nizko je mesto plačila z odlogom in visoko mesto PayPala pri pravnih osebah.

V zadnjem delu ankete sem spraševal po tem za kakšen način plačila se anketiranci odločijo, ko kupujejo cenejše in dražje izdelke. V tem delu ankete ni bilo več razlike med fizičnimi in pravnimi osebami. Tukaj je bilo možno izbrati le en način plačila, saj sem želel vedeti, za kateri način bi se nekdo odločil v primeru, da so mu na voljo vsi načini.

Pri nakupih nižje vrednosti (do 10 €) zasedajo tako prva tri mesta:

1. plačilo po povzetju (35,4 %);
2. Moneta (20,8 %);
3. plačilna kartica (19,1 %).

Več podatkov je v prilogi 9. Predvsem preseneča podatek, da se še vedno večina ljudi odloči za plačilo po povzetju, čeprav gre za nakup nižje vrednosti.

Pri nakupih višje vrednosti (npr. fotoaparati, televizijski sprejemniki, računalniška oprema) pa zasedajo prva tri mesta:

1. plačilo po povzetju (46,5 %);
2. plačilna kartica (21,7 %);
3. plačilo po predračunu (16,5 %).

Več podatkov je v prilogi 10. Povsod so visoko na seznamu plačilne kartice, kar je dober znak za prodajalce (in ponudnike kartic), saj so očitno postale že zelo priljubljene med kupci.

Ob koncu ankete pa me je zanimalo še kakšne so navade anketirancev, ko nakupujejo na tujih spletnih straneh. Lestvica prvih treh je bila:

1. plačilna kartica (41,7 %);
2. PayPal (34,5 %);
3. plačilo po povzetju (15 %).

Več v prilogi 11. V tej lestvici sta zanimiva predvsem dva podatka. Najprej visok delež PayPala, saj se tako potrdi ugotovitev iz tretjega praktičnega primera (poglavje 2.3), da je PayPal vedno bolj sprejet kot plačilno sredstvo na spletu tudi med Slovenci. Ne vem pa, kako bi si razlagal velik delež plačil po povzetju, saj sam nisem še nikoli izdelka iz tujine plačal po povzetju, ker tega nobena od velikih tujih spletnih strani (npr. amazon.com) ne ponuja. Ob koncu ankete sem ponudil anketirancem možnost dodati komentar na anketo in nekaj se jih je našlo, ki so se pritožili, da ni bilo možnosti označiti, da v tujini ne nakupujejo. Iz tega bi lahko sklepal, da je marsikdo označil enako opcijo kot za nakupovanje doma, saj ni vedel, da je možnost, da ne odgovori na vprašanje, ki zanj ni relevantno.

### **3.2 Pomanjkljivosti ankete**

Poleg podanih ugotovitev v analizi rezultatov moram izpostaviti predvsem to, da bi anketa morala biti bolj obširna in tehnično še boljše izpeljana. Žal bi bil za idealen anketni sistem potreben lastni razvoj, saj mi ni uspelo najti anketnega sistema na spletu, ki bi omogočal zelo kompleksne vejitve. Kot zelo kompleksne vejitve štejem možnost različnih nadaljnjih vprašanj glede na odgovore na vprašanja, kjer je možna izbira večih odgovorov. Tako bi se pojavilo vprašanje Z le v primeru, ko bi anketiranec pri vprašanju X izbral za odgovor možnosti a in d.

Mogoče bi namesto ankete boljše rezultate prinesla testna trgovina, kjer bi ljudje navidezno nakupovali izdelke. Tako bi se morali registrirati z osebnimi podatki oz. s podatki podjetja in opraviti navidezni nakup, kjer bi bilo na voljo veliko različnih načinov plačila. Seveda pa s tako raziskavo pridemo nazaj na praktične primere in ugotovitev, da je kvalitetne podatke vedno najbolje iskati v praksi, torej pri spletnih trgovinah, ki imajo veliko kupcev. Podatki iz prakse so edini res kvalitetni, saj se ljudje v anketah lahko hitro zlažejo (npr. v primeru moje ankete bi lahko kdo označil, da plačuje tudi preko Monete, pa čeprav tega v življenju še ni storil, ampak šele namerava). Pri anketah pridobljenih podatkov enostavno ne moremo preveriti ali so resnični in zato se je opirati le na te rezultate lahko zelo nevarno.

Iz teh razlogov iz ankete tudi ne bom oblikoval predlogov o prioriteti implementacije plačil, saj sem že v prikazu praktičnih primerov ugotovil, da priljubljenost različnih načinov plačil zelo niha glede na vrsto spletne trgovine.

### **Sklep**

Ugotovil sem, da je področje raziskovanja priljubljenosti načinov plačil na slovenskem spletu še zelo sveže, saj podatkov o tem na spletu nisem zasledil.

Iz ankete lahko povzamem, da le-ta predstavlja slab način za raziskovanje tega področja, saj anketo že v osnovi izpolni malo ljudi, v primeru daljših, bolj kompleksnih, takšnih, ki bi dale res prave podatke, pa bi se to število še dodatno zmanjšalo. Zato sklepam, da je najbolj primeren način raziskovanja tega področja preko primerov iz prakse. Na srečo sem uspel pridobiti relevantne podatke iz prakse, ki jih do sedaj javno ni objavil še nihče.

Od največje slovenske spletne trgovine mimovrste.com sem tako pridobil kvalitetne podatke, iz katerih sem povzel sklep, da bo prodajalec, ki preko spleta prodaja raznovrstne materialne izdelke tako fizičnim, kot tudi pravnim osebam, moral v prvi fazi ponuditi možnost plačila po povzetju, po predračunu in plačila z odlogom. Drugi načini plačil pridejo lahko na vrsto kasneje, saj bo prodajalec lahko pričel dobivati prihodke iz spletne strani tako hitreje kot pa če bi čakal, da je v njegovo spletno stran vgrajenih več načinov plačil. Seveda je pri tej ugotovitvi potrebno imeti tudi malce distance, saj obstaja verjetnost, da bi bil delež plačilnih kartic višji v primeru, da se popust pri nakupu v spletni trgovini mimovrste.com s plačilno kartico ne bi zmanjšal.

Ravno obratna je bila ugotovitev spletne trgovine MojeKarte.si, kjer prodajajo predvsem vstopnice. Iz podatkov je bilo vidno, da se večina kupcev odloča za nakup preko plačilne kartice, velik delež (nad 10 %) pa tudi za nakup preko Monete in spletne banke (NLB Klik in Abanet). Razlika med mimovrste.com in MojeKarte.si je predvsem v znesku naročila in seveda tudi v vrsti produkta. Pri vstopnicah kupujemo storitev, torej dobro predstavo, v primeru spletne trgovine mimovrste.com pa kupujemo materialne dobrine.

V zadnjem praktičnem primeru sem ugotovil, da tuji način plačila PayPal pridobiva na priljubljenosti v Sloveniji, kar je dobra novica za prodajalce, saj je to najenostavnejši način, da prodajalec na svoji spletni strani omogoči plačila s kreditnimi karticami.

Iz ankete pa je bilo moč pridobiti eno zelo pomembno najdbo. Ta je, da kar četrtina anketirancev ne opravlja nakupov na spletu. Kot glavni razlog so anketiranci navedli nezaupanje spletnim trgovcem. Potrebno bo delati še veliko več na vzpostavljanju zaupanja med prodajalci in kupci. Sicer pa je ta podatek dobrodošel, saj predstavlja potencial za rast prodaje na spletu.

Tema mi je osebno kot razvijalcu in bodočemu poslovnemu informatiku zelo zanimiva ter mi nadaljnje raziskovanje predstavlja izziv. Zaradi tega se moje raziskovanje teme z zaključkom diplomske naloge še ne končuje, ampak šele začenja.

## Literatura in viri

1. Abanka Vipa d.d. (2007). *Tehnična dokumentacija za uporabo storitve spletni plačilni servis*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu [http://www.trsplet.si/blog/wp-content/uploads/2009/12/2007-09-07-sps-tehnicna\\_dokumentacija.pdf](http://www.trsplet.si/blog/wp-content/uploads/2009/12/2007-09-07-sps-tehnicna_dokumentacija.pdf)
2. Adacta d.o.o. (2007). *Moneta Internet – Naročilo*. Najdeno 15. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.trsplet.si/blog/wp-content/uploads/2009/10/MonetaDokumentacijaImplementacija.rar>
3. *Anakupi*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.anakupi.si>
4. Mavrič, A. (2010, 11. maj). *Intervju z direktorjem podjetja Programski atelje A&Z d. o. o.* Preko elektronske pošte.
5. Meglič, R. (2009, 1. december). *Abanka – spletni plačilni servis – spletna banka Abanet – varno plačevanje v vaši spletni trgovini*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.trsplet.si/blog/2009/12/01/abanka-spletni-placilni-servis-spletna-banka-abanet-varno-placevanje-v-vasi-spletni-trgovini/>
6. Meglič, R. (2009, 14. maj). *Spletno plačevanje – online plačevanje – plačilni moduli – paypal – kreditne kartice – moneta*. Najdeno 18. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.trsplet.si/blog/2009/05/14/spletno-placevanje-online-placevanje-placilni-moduli-paypal-kreditne-kartice-moneta/>
7. Meglič, R. (2009, 18. maj). *Eon MegaPos plačilni sistem – zen cart, VirtueMart, osCommerce, custom PHP modul*. Najdeno 18. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.trsplet.si/blog/2009/05/18/eon-megapos-placilni-sistem-zen-cart-virtuemart-oscommerce-custom-php-modul/>
8. Meglič, R. (2010, 21. april). *Predstavitev varnega spletnega plačevanja s strani Abanke*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.trsplet.si/blog/2010/04/21/predstavitev-varnega-spletnega-placevanja-s-strani-abanke/>
9. *Moneta osCommerce modul*. Najdeno 15. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.4ezi.com/ezisoftware/projects/osmoneta/>

10. *Moneta ZenCart modul*. Najdeno 15. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.4ezi.com/ezisoftware/projects/zenmoneta/>
11. *Moneta*. Najdemo 15. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.moneta.si/>
12. *Online Invoicing From PayPal – Receive Payments Immediately*. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu [https://merchant.paypal.com/us/cgi-bin/?&cmd=\\_render-content&content\\_ID=merchant/online\\_invoicing](https://merchant.paypal.com/us/cgi-bin/?&cmd=_render-content&content_ID=merchant/online_invoicing)
13. *Online Payment Solutions From PayPal – Product Comparison Chart*. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu [https://merchant.paypal.com/us/cgi-bin/?&cmd=\\_render-content&content\\_ID=merchant/compare\\_wp\\_products](https://merchant.paypal.com/us/cgi-bin/?&cmd=_render-content&content_ID=merchant/compare_wp_products)
14. Parsek d.o.o. (2004). *EON MegaPOS 2.0 – Dokumentacija*. Najdeno 18. maja 2010 na spletnem naslovu [http://www.trsplet.si/blog/wp-content/uploads/2009/10/MegaPOS\\_2.0\\_SLO\\_v0.821.pdf](http://www.trsplet.si/blog/wp-content/uploads/2009/10/MegaPOS_2.0_SLO_v0.821.pdf)
15. Pošta Slovenije (2009). *Cenik poštnih storitev v notranjem prometu*. Najdeno 10. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.posta.si/downloadfile.aspx?fileid=14235>
16. *Pošta Slovenije | Storitve na pošiljke*. Najdeno 10. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.posta.si/opis-storitve/458/Storitve-na-posiljke>
17. Rejc, M. (2010, 28. maj). *Intervju z vodjo korporativnega komuniciranja v podjetju mimovrste d. o. o. Preko elektronske pošte*.
18. *Sistem EON MegaPOS*. Najdeno 18. maja 2010 na spletnem naslovu <http://www.telemach.si/sl/poslovni-uporabniki/e-trgovina/predstavitev>
19. *Spletni plačilni servis*. Najdeno 1. junija 2010 na spletnem naslovu <http://www.abanka.si/sys/cmspage.aspx?MapaId=152>
20. *Transaction fees for domestic payments*. Najdeno 20. maja 2010 na spletnem naslovu [https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=\\_display-receiving-fees-outside&countries=EU](https://www.paypal.com/cgi-bin/webscr?cmd=_display-receiving-fees-outside&countries=EU)

## Priloge

Priloga 1: Potrjevanje plačila v spletni banki Abanet .....	2
Priloga 2: Enostavna izdelava gumba za prodajo enega izdelka preko sistema PayPal.....	2
Priloga 3: Graf - razmerje med naročili fizičnih oseb in pravnih oseb na spletni strani mimovrste.com.....	3
Priloga 4: Delež posameznih načinov plačila za fizične osebe na osnovi števila vseh naročil fizičnih oseb .....	3
Priloga 5: Delež posameznih načinov plačila za pravne osebe na osnovi števila vseh naročil pravnih oseb .....	4
Priloga 6: Nižanje popustov v primeru plačila s plačilno kartico ali Moneto .....	4
Priloga 7: Deleži načinov plačila na spletnem portalu MojeKarte.si glede na število nakupov .....	5
Priloga 8: Anketni vprašalnik.....	6
Priloga 9: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih cenejših izdelkov (do 10 €) .....	10
Priloga 10: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih dražjih izdelkov (npr. televizija).....	11
Priloga 11: Priljubljenost načinov plačil na tujih spletnih straneh (npr. amazon.com).....	11

## Kazalo slik

<i>Slika 1: Potrjevanje plačila v spletni banki Abanet .....</i>	<i>2</i>
<i>Slika 2: Enostavna izdelava gumba za prodajo enega izdelka preko sistema PayPal.....</i>	<i>2</i>
<i>Slika 3: Graf - razmerje med naročili fizičnih oseb in pravnih oseb na spletni strani mimovrste.com .....</i>	<i>3</i>
<i>Slika 4: Graf - delež posameznih načinov plačila za fizične osebe na osnovi števila vseh naročil fizičnih oseb.....</i>	<i>3</i>
<i>Slika 5: Graf - delež posameznih načinov plačila za pravne osebe na osnovi števila vseh naročil pravnih oseb .....</i>	<i>4</i>
<i>Slika 6: Nižanje popustov v primeru plačila s plačilno kartico ali Moneto .....</i>	<i>4</i>
<i>Slika 7: Graf - deleži načinov plačila na spletnem portalu MojeKarte.si glede na število nakupov .</i>	<i>5</i>
<i>Slika 8: Prvi korak ankete .....</i>	<i>6</i>
<i>Slika 9: V primeru, da anketiranec ne nakupuje na spletu, ga vprašam zakaj je temu tako .....</i>	<i>7</i>
<i>Slika 10: Vprašanje v primeru, da anketiranec nakupuje na spletu.....</i>	<i>8</i>
<i>Slika 11: Zadnji sklop vprašanj.....</i>	<i>9</i>
<i>Slika 12: Zaključek ankete.....</i>	<i>10</i>

## Kazalo tabel

<i>Tabela 1: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih cenejših izdelkov .....</i>	<i>10</i>
<i>Tabela 2: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih dražjih izdelkov.....</i>	<i>11</i>
<i>Tabela 3: Priljubljenost načinov plačil na tujih spletnih straneh.....</i>	<i>11</i>



## Priloga 1: Potrjevanje plačila v spletni banki Abanet

Slika 1: Potrjevanje plačila v spletni banki Abanet

The screenshot shows the 'Spletno plačilo' (Online Payment) page in the Abanet web bank. The user is logged in as JANEZ NOVAK. The page title is 'Spletno plačilo' and the sub-header is 'Priprava spletnega plačila'. The selected account is '05100-1234567890 (TRANSAKCIJSKI RAČUN)' with a balance of '300.000,00 SIT'. The 'NALOGDAJALEC' (Debtor) section includes: name 'JANEZ NOVAK', address 'CESTA 3, 4321 MESTO', account number '05100-1234567890', amount '12.000,00 SIT', and date '15.02.2005'. The 'PREJEMNIK' (Creditor) section includes: name 'SPLETNA TRGOVINA D.O.O.', account number '05100-0987654321', and address 'BILICA 1'. A 'e-trgovin@' button is visible in the left sidebar.

## Priloga 2: Enostavna izdelava gumba za prodajo enega izdelka preko sistema PayPal

Slika 2: Enostavna izdelava gumba za prodajo enega izdelka preko sistema PayPal

The screenshot shows the 'Step 1: Choose a button type and enter your payment details' in the PayPal button creation wizard. The 'Buy Now' button type is selected. The item name is 'Diploma' and the price is '1000' EUR. The 'Customize button' section has three options: 'Add drop-down menu with price/option', 'Add drop-down menu', and 'Add text field', all of which are unchecked. The 'Your customer's view' section shows a preview of the 'Buy Now' button with payment icons for MasterCard, VISA, AMEX, PAYPAL, and BANK.

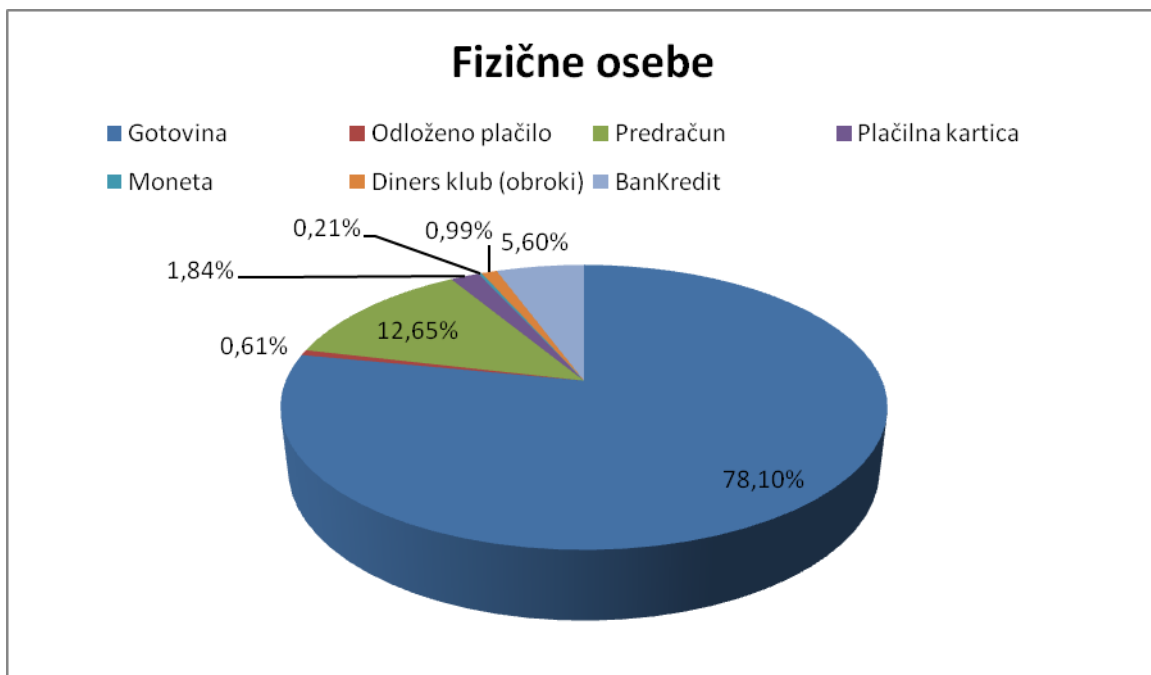
**Priloga 3: Graf - razmerje med naročili fizičnih oseb in pravnih oseb na spletni strani mimovrste.com**

*Slika 3: Graf - razmerje med naročili fizičnih oseb in pravnih oseb na spletni strani mimovrste.com*



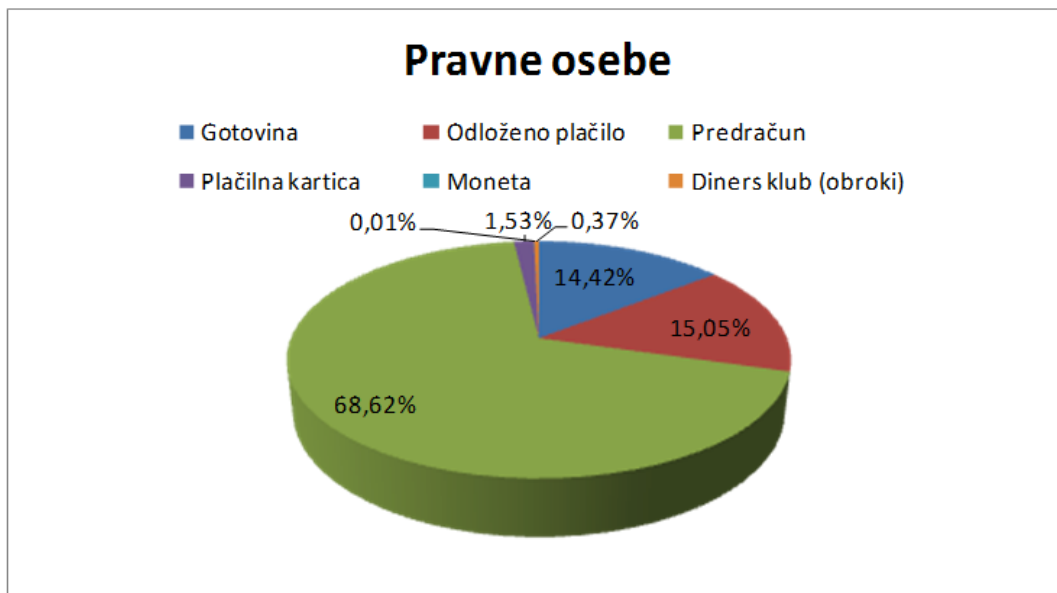
**Priloga 4: Delež posameznih načinov plačila za fizične osebe na osnovi števila vseh naročil fizičnih oseb**

*Slika 4: Graf - delež posameznih načinov plačila za fizične osebe na osnovi števila vseh naročil fizičnih oseb*



## Priloga 5: Delež posameznih načinov plačila za pravne osebe na osnovi števila vseh naročil pravnih oseb

Slika 5: Graf - delež posameznih načinov plačila za pravne osebe na osnovi števila vseh naročil pravnih oseb



## Priloga 6: Nižanje popustov v primeru plačila s plačilno kartico ali Moneto

Slika 6: Nižanje popustov v primeru plačila s plačilno kartico ali Moneto

**mimovrste**  
Spletni center sodobnih nakupov™

Preglej košarico Določi kam želiš prejeti naročilo Izberi način plačila in podatke za račun

**Izberi način plačila in podatke za račun**

Z gotovino ob prevzemu pošiljke.

Prek spletne banke oziroma s predračunom (nakazilo na TRR).

S plačilno kartico prek interneta (MasterCard, Visa, Diners Club). Popust se bo zmanjšal za 3 odstotne točke (cena bo višja za 29,27 €).  
Brez skrbi, kupovanje s kreditno kartico na mimovrste- je varno! [Več o varnosti.](#)

Tip kartice:

Številka kartice:

Veljavnost:  /  mesec / leto

Varnostna koda:  [Kaj je varnostna koda?](#)

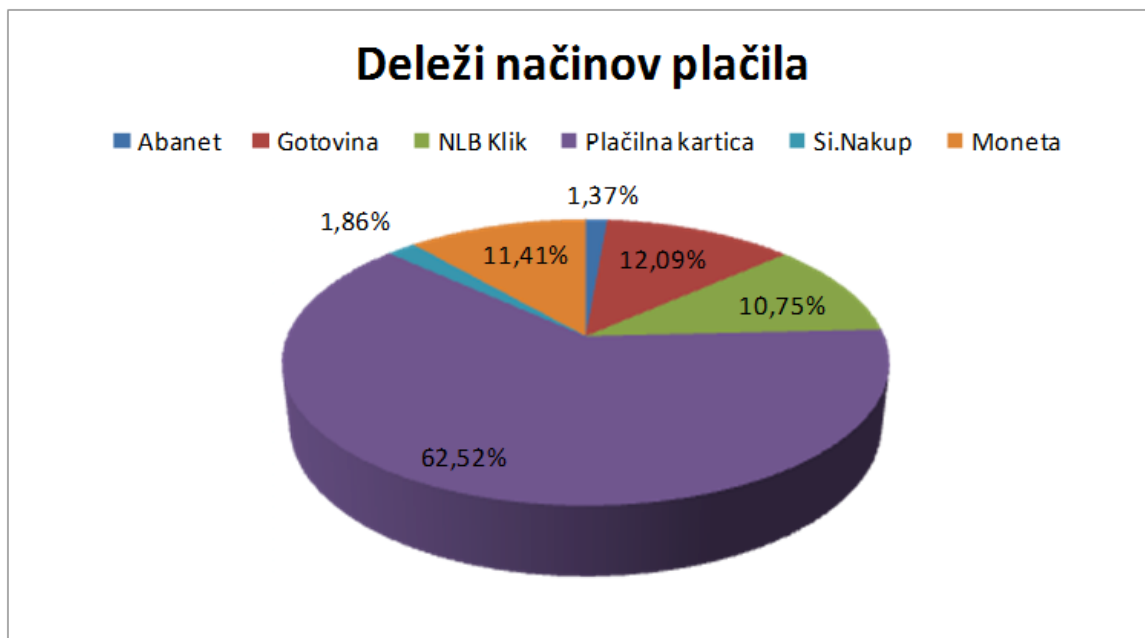
Z Moneto. Popust se bo zmanjšal za 5 odstotnih točk (cena bo višja za 48,78 €).

Do 10 obrokov z Diners Club kartico. Popust se bo zmanjšal za 7 odstotnih točk (cena bo višja za 68,29 €).

Na obroke BanKredit.  
Za plačilo z BanKreditom, moraš [izbrati osebni prevzem.](#) [Več o tem.](#)

**Priloga 7: Deleži načinov plačila na spletnem portalu MojeKarte.si glede na število nakupov**

*Slika 7: Graf - deleži načinov plačila na spletnem portalu MojeKarte.si glede na število nakupov*



## Priloga 8: Anketni vprašalnik

*Slika 8: Prvi korak ankete*

# Načini plačila na slovenskem spletu

Osnovni podatki

---

1. Vaš spol:

- moški  
 ženska
- 

2. Vaša starost (v letih):

---

3. Ste zaposleni?

- da  
 ne
- 

4. Ste študent?

- da  
 ne
- 

5. Ali nakupujete izdelke/storitve na svetovnem spletu? (na slovenskih ali pa tujih spletnih straneh)

- da  
 ne
- 

Naprej

0%

Z izpolnitvijo ankete pomagata študentu do bolj kvalitetne diplomske naloge. Hvala

Slika 9: V primeru, da anketirane ne nakupuje na spletu, ga vprašam zakaj je temu tako

## Načini plačila na slovenskem spletu

Ne nakupuje

---

6. Zanima nas zakaj ne nakupujete na svetovnem spletu?

(npr. nezaupanje v spletno plačevanje, itd.)

---

Nazaj

Potrdi

50%

Z izpolnitvijo ankete pomagajte študentu do bolj kvalitetne diplomske naloge. Hvala

Slika 10: Vprašanje v primeru, da anketiranec nakupuje na spletu

## Načini plačila na slovenskem spletu

Fizične in pravne osebe

6. Ali kupujete na slovenskem spletu osebno (kot fizična oseba) ali kot podjetje (kot pravna oseba, sem spada tudi s.p.)? (označite lahko več odgovorov)

- osebno (fizična oseba)
- kot podjetje (pravna oseba)

7. Premaknite v desni kvadratake načine plačila in jih razporedite tako da bodo na vrhu tisti, ki jih uporabljate na slovenskem spletu največ kot fizična oseba, na dnu pa tisti, ki jih uporabljate manj. Tistih, ki jih ne uporabljate ni potrebno prestaviti v desni kvadratake, torej jih pustite v levem. Na koncu boste imeli v desnem kvadratu plačilne načine, ki jih uporabljate kot fizična oseba in na vrhu bodo tisti, ki jih uporabljate največ.

(izpolnite le, če nakupujete kot fizična oseba)

Z miško pritisnete na posamezni plačilni način v levem kvadratu in ga premaknete v desni kvadratake. Torej pritisnete na način plačila v levem kvadratu, medtem držite pritisnjen miškin gumb ko se premaknete v desni kvadratake in potem izpustite gumb. Torej povleči in spusti (Drag & Drop).

8. Premaknite v desni kvadratake načine plačila in jih razporedite tako da bodo na vrhu tisti, ki jih uporabljate na slovenskem spletu največ kot podjetje, torej kot pravna oseba, na dnu pa tisti, ki jih uporabljate manj. Tistih, ki jih ne uporabljate ni potrebno prestaviti v desni kvadratake, torej jih pustite v levem. Na koncu boste imeli v desnem kvadratu plačilne načine, ki jih uporabljate kot fizična oseba in na vrhu bodo tisti, ki jih uporabljate največ.

(izpolnite le, če nakupujete kot podjetje, torej kot pravna oseba)

Z miško pritisnete na posamezni plačilni način v levem kvadratu in ga premaknete v desni kvadratake. Torej pritisnete na način plačila v levem kvadratu, medtem držite pritisnjen miškin gumb ko se premaknete v desni kvadratake in potem izpustite gumb. Torej povleči in spusti (Drag & Drop).

Nazaj

Naprej

33%

Z izpolnitvijo ankete pomagata študentu do bolj kvalitetne diplomske naloge. Hvala

## Načini plačila na slovenskem spletu

Različni zneski

---

**9. Kateri način plačila ponavadi uporabite, ko kupujete cenejši izdelek (do 10 EUR) na slovenskih spletnih straneh (npr. igranje loterije na spletu, nakup vstopnice za kino, plačilo poceni storitve)?**

(kakorkoli, kot fizična ali kot pravna oseba)

- Moneta
  - Si.Nakup
  - plačilna kartica (VISA, MasterCard, itd.)
  - PayPal
  - eRačun (NLB, Abanka)
  - plačilo po predračunu
  - plačilo po povzetju
  - plačilo z odlogom
  - drugi način
- 

**10. Kateri način plačila ponavadi uporabite, ko kupujete dražji izdelek na slovenskih spletnih straneh (npr. fotoaparati, televizijski sprejemnik, računalniška oprema)?**

(kakorkoli, kot fizična ali kot pravna oseba)

- Moneta
  - Si.Nakup
  - plačilna kartica (VISA, MasterCard, itd.)
  - PayPal
  - eRačun (NLB, Abanka)
  - plačilo po predračunu
  - plačilo po povzetju
  - plačilo z odlogom
  - drugi način
- 

**11. Na koncu nas zanima še katere načine plačila na spletu uporabljate, ko nakupujete na tujih spletnih straneh, torej neslovenskih (npr. amazon.com, eBay.com).**

- plačilna kartica (VISA, MasterCard, itd.)
- PayPal
- plačilo po predračunu (wiretransfer)
- plačilo po povzetju
- plačilo z odlogom
- drugi način



*Slika 12: Zaključek ankete*

## Načini plačila na slovenskem spletu

Hvala!

Zahvaljujem se vam, da ste izpolnili anketo. Z vašo pomočjo bom lahko napisal boljšo diplomsko nalogo.

Hvala.

Lep dan,  
Anže Žnidaršič

p.s.

Vse, ki vas zanimajo rezultati ankete mi lahko pošljete email na [a@anze.com](mailto:a@anze.com) in napišete v temo (subject): "Zanimajo me rezultati ankete" in poslal vam bom rezultate, ko bodo na voljo.

p.p.s.

To anketo morate poslati še 10-im prijateljem in počutili se boste bolje:)



Z izpolnitvijo ankete pomagate študentu do bolj kvalitetne diplomske naloge. Hvala

### Priloga 9: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih cenejših izdelkov (do 10 €)

*Tabela 1: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih cenejših izdelkov*

Način plačila	Delež v %
Plačilo po povzetju	35,4
Moneta	20,8
Plačilna kartica	19,1
Plačilo preko spletne banke (NLB Klik, Abanet)	7,6
Plačilo po predračunu	5,9
PayPal	4,7
Drugi način	4,6
Si.Nakup	1,9

*Vir: Anketni vprašalnik*

## Priloga 10: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih dražjih izdelkov (npr. televizija)

Tabela 2: Priljubljenost načinov plačil pri nakupih dražjih izdelkov

Način plačila	Delež v %
Plačilo po povzetju	46,5
Plačilna kartica	21,7
Plačilo po predračunu	16,5
Plačilo preko spletne banke (NLB Klik, Abanet)	7,7
PayPal	3,0
Plačilo z odlogom	2,9
Drugi način	1,4
Moneta	0,2
Si.Nakup	0,1

Vir: Anketni vprašalnik

## Priloga 11: Priljubljenost načinov plačil na tujih spletnih straneh (npr. amazon.com)

Tabela 3: Priljubljenost načinov plačil na tujih spletnih straneh

Način plačila	Delež v %
Plačilna kartica	41,7
PayPal	34,5
Plačilo po povzetju	15,0
Plačilo po predračunu	5,3
Drugi način	3,3
Plačilo z odlogom	0,2

Vir: Anketni vprašalnik