

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

SAŠA PUŠNIK

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

DIPLOMSKO DELO

PLAČEVANJE S PLAČILNIMI KARTICAMI

Ljubljana, december 2005

SAŠA PUŠNIK

IZJAVA

Študent SAŠA PUŠNIK izjavljam, da sem avtor tega diplomskega dela, ki sem ga napisal pod mentorstvom dr. Aljoše Valentinčiča, in dovolim objavo diplomskega dela na fakultetnih spletnih straneh.

V Ljubljani, dne 20.12.2005

Podpis: _____

KAZALO

Vsebina	Stran
UVOD	1
1. TRADICIONALNE OBLIKE PLAČILNIH SREDSTEV	2
1.1. Denar in njegove zgodovinske oblike	2
1.2. Današnji "kvazi" denar	4
2. PLAČEVANJE S PLASTIKO	7
2.1. Od začetnih oblik	7
2.1.1. <i>Diners Club</i>	7
2.1.2. <i>Od 1950 do 1960</i>	8
2.1.3. <i>Bank of America</i>	9
2.1.4. <i>American Express</i>	10
2.1.5. <i>Carte Blanche</i>	12
2.1.6. <i>Co-opetition – rojstvo licenčnih sistemov</i>	12
2.2. Desetletje boja za preživetje	13
2.3. Razcvet	14
2.4. Petinpetdeset let od izdaje prve plačilne kartice	16
3. DELOVANJE SISTEMA PLAČILNE KARTICE	17
3.1. Opredelitev ključnih subjektov	17
3.2. Opredelitev delovanja sistema	18
3.2.1. Delovanje sistema	18
3.2.2. Avtorizacija	20
3.2.3. Plačilna kartica	21
3.2.4. Pametna kartica	23
4. PREGLED PLAČILNIH KARTIC PRI NAS IN NEKATERIH EVROPSKIH DRŽAVAH	26
4.1. Tržni delež po vrsti kartice	26
4.2. Razlike na trgu plačilne kartice med posameznimi državami	27
4.3. Število kartic na odraslo osebo	28
4.4. Slovenija	29
4.5. Izdajatelji plačilnih kartic	30
4.6. Cenovna raznolikost	34
4.7. Transakcije s plačilnimi karticami	35

4.8.	Poraba po kartici	37
4.9.	Prodajna mesta	38
4.10.	POS terminali	39
4.11.	Konkurenčni boj mednarodnih kartičnih organizacij	42
4.12.	Raznolikost evropskega trga plačilnih kartic	42
SKLEP		43
LITERATURA		45
VIRI		45
SLOVARČEK		

UVOD

Everybody has talked about the checkless, cashless society. They said it would be here 10 years from now. We think it's here today.

- John G. McCoy, chair of City National Bank and Trust, Columbus, Ohio (1973)

Svet, v katerem danes živimo, se nenehno razvija, spreminja in prilagaja novim zahtevam moderne družbe. Znanstveno tehnološki razvoj vpliva na vsa gospodarska področja. Njegov vpliv je močan tudi na storitvenih področjih, kot je bančno finančni sektor. Z uvajanjem novih tehnologij se banke in ostale finančne institucije skušajo čim bolj približati svojim komitentom in prilagoditi svoje poslovanje njihovim željam.

Vedno bolj se približuje čas, ko bodo plačilne kartice povsem izpodrinile tradicionalne načine plačevanja (gotovino).

V svojem diplomskem delu sem želel natančneje pogledati v zakulisje enega izmed mnogih sodobnih plačilnih sistemov - plačilne kartice. V prvem delu na hitro preletim razvoj plačilnih sredstev, od naturalne menjave, blagovne menjave, kovanega in papirnatega denarja, do razvoja knjižnega denarja. Vse te zgodovinske oblike denarja je izpodrinil razvoj novih modernejših oblik. V drugem delu se osredotočim na zgodovinski razvoj kartice kot plačilnega sredstva, z vsemi njenimi glavnimi vzponi in padci. V tretjem delu si natančneje ogledam osnovne pojme in značilnosti kartičnega poslovanja, zgradbo kartice in sistem delovanja plačilnih kartic. V zadnjem, četrtem delu, sem želel prikazati trenutno stanje plačilne kartice v Evropi in v Sloveniji. Po natančni presoji sem celotno analizo izdelal za leto 2002, za katero mi je tudi uspelo zbrati zadostno število podatkov. Za nekatere države mi je uspelo pridobiti tudi novejšje podatke, vendar sem se odločil, da je bolje, če je v vzorcu zajetih 14 držav (podatki za leto 2002) in ne samo tri, s podatki za leto 2004. Trenutni aktualni podatki so podatki iz leta 2004, ki pa so izredno težko dosegljivi in večinoma proti plačilu.

1. TRADICIONALNE OBLIKE PLAČILNIH SREDSTEV

1.1. Denar in njegove zgodovinske oblike

Denar so kovanci, bankovci ter nekatera imetja na bančnih računih in se uporabljajo za plačevanje. V svoji zgodovini razvoja se je pojavil v kar nekaj različnih oblikah. Tako lahko denar po svoji obliki razdelimo na stvarni, to je polnovredne zlatnike, srebrnike ipd., in listinski denar. Listinski denar sestavljajo kovanci, bankovci in knjižni denar. Ves denar, ki je v uporabi danes, je listinski in se razlikuje v svoji podobi glede na to, kdo ga je izdal in kakšen je njegov pravni status (Ribnikar, 1997, str. 4-37).

Začelo se je v obdobju plemenskih skupnosti, ko so plemena živela na različnih geografskih področjih. To jih je sililo k produkciji različnih dobrin v skladu z naravnimi pogoji na določenem področju. S presežki v produkciji dobrin so nastale tudi možnosti za menjavo. Nastala je prvotna neposredna ali blagovna menjava.

Enostavna blagovna menjava je bila učinkovita le v preprostih skupnostih, kjer je bilo le nekaj proizvodov in nizka stopnja specializacije. Z večanjem produktivnosti dela so se večale tudi količine in vrste proizvedenega blaga. Težave so nastale, ko se je na trgu pojavilo več različnega blaga, ki ga ni bilo moč takoj zamenjati za drugo želeno blago, ampak je bilo potrebno poprej izvesti nekaj verižnih menjav. S tem pa se je širila tudi trgovina z blagom. Posledično so navzkrižna razmerja menjave postala neuporabna, kar je pripeljalo do nastanka splošnega menjalnega posrednika. To je blaga, ki so ga ljudje na splošno sprejemali kot plačilo.

S procesom spremembe verižne menjave v posredno menjavo se je blago pričelo uporabljati tudi za določanje mere vrednosti. Ni povsem jasno, katera funkcija se je pojavila prva: splošni ekvivalent ali menjalni posrednik. Sama narava razvoja ne zahteva, da bi morali biti funkciji sočasni, kar je verjetno povsem razumljivo, da se je blago, ki se je uporabljalo kot splošni ekvivalent, kmalu začelo uporabljati tudi kot splošni menjalni posrednik (Ribnikar, 1997, str. 4-37).

Lahko bi dejali, da je prvi denar nastal v obliki blagovnega denarja. Ko so ljudje pričeli neko blago na splošno uporabljati kot menjalni posrednik, je le-to postalo blagovni denar. To pa je lahko bilo npr.: žito, školjke, blago - tkanina, bolj in manj žlahtne kovine in drugo.

Ker je menjalni posrednik postal plačilno sredstvo - denar, je njegova funkcija zahtevala določene lastnosti. Moral je biti trpežen (dolgotrajen) in ne hitro pokvarljiv. Zaradi omenjenih lastnosti se je kaj kmalu zgodilo, da so kot menjalni posrednik ostale samo še kovine. Od vseh kovin je imelo največjo veljavo zlato. Seveda pa tudi pri kovinah ni šlo vse brez problemov. Pri kovinah je bilo potrebno preverjati njihovo čistost in težo, kar je dodatno podražilo in zapletalo samo plačevanje (Miller, VanHoose, 1993, str. 2-19; Ribnikar, 1997, str. 4-37).

S povečanjem blagovne menjave se je pokazalo, da blagovni denar ni več primerna oblika plačilnega sredstva. Potrebno je bilo poiskati denar, ki bo poleg že omenjenih lastnosti tudi enostavno prenosljiv in splošno sprejemljiv in ki bo skozi menjavo ohranjal svojo vrednost. Zato nastane nova oblika menjalnega posrednika – kovani denar. Zanj se je na začetku največ uporabljalo zlato in srebro, pravico kovanja denarja pa so si pridržali vladarji in države, kar so sčasoma začeli izkoriščati. Zaradi dodatnih koristi so pričeli zavestno zmanjševati količine žlahtne kovine v denarju. Kot vemo, so imeli v začetku samo vladarji pravico kovanja denarja, kar se je kasneje izkazalo kot problem vzdrževanja vrednosti denarja ob morebitnem povečanju ponudbe blaga na trgu. Ta je povzročila v končni fazi neenakost med vrednostjo nekovanega zlata in kovanega, kar pomeni, da vrednost denarja ni več določena z vrednostjo kovine, iz katere je ta narejen. Tako je bilo nujno uvesti kovno prostost, ki je zagotavljala izenačitev vrednosti zlata v obeh oblikah (Miller, VanHoose, 1993, str. 2-19).

Z nastankom kovanega denarja so se res odpravile vse slabosti blagovnega denarja, vendar zaradi razvoja industrije in povečanja potrebe po denarju tudi ta oblika denarja ni več zadoščala potrebnim količinam denarja v obtoku.

Z razvojem mest so ljudje svoje prihranke v zlatu in drugo premoženje prinašali v hrambo k zlatarjem, ki so imeli primerne prostore za shranjevanje dragocenosti. Za prinešeno zlato so zlatarji lastnikom zlata izdajali potrdila, ki so bila ponovno zamenljiva za deponirano zlato. Ker so ljudje hodili po svoje zlato k zlatarju, če so nekaj želeli plačati, in je tisti, ki je zlato dobil v plačilo, to zlato zopet odnesel k zlatarju, so se kaj kmalu pričela na upnike prenašati kar potrdila. Tako se je zgodilo, da je vedno več zlata ostajalo pri zlatarjih, ker ga ni nihče več dvigoval. Zlatarji so spoznali, da se zlato kopiči hitreje, kot odteka, zato so se domislili, da bi razliko posojali v obliki kredita. Spremenili so pravni odnos med zlatarjem in vlagateljem. S podpisom kreditne pogodbe postanejo zlatarji lastniki zlata in njihova obveznost se spremeni v obveznost izplačila zlata imetniku potrdila. Zlatarji postanejo bankirji, potrdila za zlato pa predhodniki bankovcev. S to ureditvijo so bankirji dobili možnost izdaje novih kreditov v zlatu, čez čas pa tudi v potrdilih za količino zlata, ki je stalno ostajala v banki. Če je bankir izdal več kreditov, kot bi smel, in je v nekem trenutku

ostal brez zlata, je to pomenilo konec za banko in izgubo premoženja vseh njenih vlagateljev. Da bi to v bodoče preprečili, je posredovala država. Pravico izdaje bankovcev (potrdil) je podelila eni sami banki, ki je postala emisijska banka, kasneje centralna banka. Tako se je količina denarja (bankovcev) povečala prek količine zlata v bankah, za kar je bilo potrebno zaupanje v bančni sistem. Poleg centralne banke so občasno tudi države same izdajale državni papirnati denar. To se je dogajalo predvsem v času vojn in drugih večjih katastrof (Dvornik, 1980, str. 7-21; Miller, VanHoose, 1993, str. 2-19).

Knjižni denar je dematerializirana denarna oblika, ki predstavlja imetje posameznika, podjetja ali neke druge institucije na računih pri poslovnih bankah. Do njegovega razvoja je prišlo predvsem zaradi nepraktične uporabe papirnatega denarja v poslovnem svetu, še posebej takrat, ko gre za večje zneske. Podjetja so tako pričela nalagati bankovce na svoje račune pri poslovnih bankah. Te vloge so bile t.i. vloge na vpogled, saj jih je lahko podjetje dobilo v vsakem trenutku nazaj v gotovini. Ker pa je bilo nepraktično dvigovati in polagati gotovino ob vsakem nakupu ali plačilu, so se temu izognili tako, da je vlagatelj za potrebe plačila naročil banki, naj se imetje na njegovem računu prepíše na njegovega upnika, če je ta imel račun pri isti banki. V primeru, da stranki nista imeli računa pri isti banki, je bil prepis tudi možen, vendar z nekaj dodatnega dela – sekundarni plačilni promet (Ribnikar, 1997, str. 4-37).

1.2. Današnji "kvazi" denar

V zgodovinskem pregledu razvojnih oblik denarja je bilo nakazano, da je šel razvoj denarnih oblik skozi tokove zgodovine v smeri dematerializacije denarja, ki je vseboval vse bolj abstraktne procese, ki imajo vse manjšo povezavo z njenim nosilcem in njegovo vrednostjo. Razvoj ne bi šel v to smer, če ne bi bil takšen razvoj nujen zaradi materialnih interesov vseh: posameznikov, poslovnih bank, centralne banke in države. Lahko bi dejali, da listinski denar (bankovec, knjižni denar in nepolnovredni kovanec) ni nastal in se širil ter izpodrival valutni denar zaradi prosvetljenstva vladarjev in ekonomskih svetovalcev, ampak zaradi materialnega interesa ljudi. Zato lahko upravičeno pričakujemo, da se bo ta proces nadaljeval tudi pri sodobnih oblikah denarja, še posebej pa pri elektronskem denarju.

V drugi polovici dvajsetega stoletja se je način plačevanja blaga in storitev revolucionarno spremenil z uporabo plačilnih kartic.

Poleg samega načina plačevanja smo spremenili tudi naše nakupno vedenje. Danes že vsi vemo, kako enostavno in hitro je, če pri blagajni preprosto potegnemo iz denarnice eno izmed plastičnih kartic. Edino, kar se od nas zahteva, je podpis na majhen listič, s čimer potrdimo naše plačilo, ali pa odtipkamo osebno geslo (PIN koda). Če želimo trošiti več, kot smo trenutno sposobni, v banki zaprosimo za potrošniški kredit, kartico z odloženim plačilom ali kreditno kartico, kjer plačujemo za današnji nakup po več mesecev ali let. Kljub temu da se zavedamo posledic, ki jih povzroči izposojanje denarja in da se nekateri nikoli ne izkopljejo iz dolgov, se še vedno odločamo zanj, saj večini izmed nas pomaga do lepšega in višjega življenjskega standarda.

Plačilne kartice se uporabljajo za opravljanje brezgotovinskih drobnoprodajnih plačil in imajo predvsem dve funkciji. Identificirajo prinosnika in izdajatelja kartice ter v očeh prodajalca vzpostavijo zahtevano kredibilnost kupca. Poznamo tri osnovne vrste plačilnih kartic (Greganovič, 1995, str. 5-12):

Debetne kartice (ang: Debit Cards)

Za debetne kartice je značilno to, da se ob nakupu blaga stanje na našem računu (TRR) pri banki takoj ali v določenem času (največ 2 dneh) zmanjša za vrednost nakupa. Debetne kartice so v večini primerov bančne kartice, ki jih posamezne banke izdajajo svojim komitentom in so direktno vezane na komitentov transakcijski ali varčevalni račun. V moji primerjavi med posameznimi državami so v to skupino vključene tudi vse kartice za dvig gotovine na bankomatih in kartice mednarodnih sistemov, kot je Maestro.

Kartice z odlogom plačila (ang: Charge Cards)

Za kartice z odlogom plačila je značilno to, da imetnik poravnava svoj dolg po kartici na koncu fakturnega obdobja (ponavadi en mesec). Kljub temu da nas izdajatelj take kartice kreditira en mesec, se nam za ta tako imenovani odlog plačila ne zaračunavajo nikakršne kreditne obresti. Svoj dolg lahko imetniki kartic poravnajo prek odprtega trajnega naloga ali po položnici.

V to skupino sodi večina (charge) kartic sistemov Eurocard/MasterCard, Visa, Diners Club, American Express, JCB, Discover in pa francoska debetna kartica Cartes Bancaires ter druge.

Kreditne kartice (ang: Credit Cards)

Kreditne kartice se razlikujejo od debetne kartice in kartice z odlogom plačila v tem, da naši opravljeni nakupi/plačila bremenijo poseben kreditni račun, ki so nam ga v ta namen odprli pri izdajatelju kartice. Za pregled stanja na računu dobimo vsak mesec izpisek stanja, kjer vidimo, koliko smo potrošili v tekočem mesecu, koliko znaša naš skupni dolg (neplačan dolg) in kolikšen je minimalni obrok, ki ga moramo plačati. Kreditne kartice ponavadi omogočajo dosti večjo svobodo pri upravljanju z razpoložljivimi sredstvi na kreditnem računu kot druge kartice. Pri nekaterih izdajateljih je moč določati višino minimalnega mesečnega plačila, dolg poplačati v celoti ali pa v poljubnem znesku nad minimalnim zahtevanim zneskom plačila. Minimalna plačila so med 2 in 50 odstotki odprtega dolga. Za znesek, ki se revolvira, se pravi, da se prenese naprej, se zaračunajo pogodbene obresti. Primeri tovrstnih kartic so: Cetelem Carte Aurore, Visa in EuroCard/MasterCard kreditne kartice (Slika 1), kreditna Karanta, Diners Club (revolving) ...

Slika 1: Primer Plačilne kartice



Vir: Credit card, 2005

2. PLAČEVANJE S PLASTIKO

2.1. Od začetnih oblik ...

2.1.1 Diners Club

Začetek zgodovine plačilne kartice sega na začetek prejšnjega stoletja, ko so še pred prvo svetovno vojno večji trgovci z blagom, naftne družbe in pa nekateri hoteli pričeli izdajati prve enostavnejše plačilne kartice. Trgovsko podjetje Sears je že leta 1910 svojim najzvestejšim in zaupanja vrednim strankam ponudilo prve kreditne linije. Do leta 1920 je tako kar nekaj večjih trgovcev omogočilo svojim članom, da svoje račune poravnajo v mesečnih obrokih. Prve kovinske plačilne kartice, na katerih so bili odtisnjeni osebni podatki imetnika, so izdali trgovci z blagom. Tako so se vse do konca druge svetovne vojne pojavljale enostavne plačilne kartice različnih oblik. Oblika, ki jo poznamo danes, je nastala šele leta 1949. Nekega popoldneva je bil gospod Frank McNamara, ugleden newyorški poslovnež, na kosilu s svojimi prijatelji. Naenkrat ob kavi ugotovi, da je doma pozabil denarnico. Ko mu je natakar prinesel račun, se je znašel v neprijetnem položaju. Nastali problem je rešil tako, da se je z lastnikom restavracije dogovoril, da mu na svojo vizitko napiše zadolžnico v vrednosti računa. Tako je nastala ideja o kartičnem podjetju Diners Club, eni izmed najhitreje rastočih storitvenih organizacij tedaj. Kasneje je zgodbo malce spremenil neki novinar in spremenil kosilo v večerjo, kar se je v javnosti obdržalo še danes (Evans, Schmalensee, 2005, str. 31-55).

Z družabnikom Ralphom Schneiderjem je Frank McNamara z 1,5 mio \$ začetnega kapitala začel svojo pot do uspeha. Sprva sta pridobila članstvo štirinajstih newyorških restavracij in razdelila nekaj kartic med skrbno izbrane ljudi. Do prve obletnice Diners Club kartice sta imela že 42.000 članov in 18 \$ letne članarine po kartici. Poleg 42.000 članov sta na drugi strani pridobila mrežo 330 restavracij, hotelov in nočnih klubov, ki so Diners Clubu plačevali povprečno 7 % od vsake opravljene transakcije z Diners Club kartico. Marca leta 1951 je Diners Club ustvaril za 3 mio \$ prometa in 60.000 \$ dobička pred davki. Do konca leta so tako ustvarili za 35,3 mio \$ prometa. V primerjavi s trgovskimi karticami je imel Diners Club veliko bolj privlačno plačilno kartico, saj se je z njo dalo plačevati na različnih prodajnih mestih (hoteli, restavracije, rent-a-car, trgovine z darili...) po vsej Ameriki. To je povzročilo njihovo naglo širitev in 290 mio \$ prometa konec leta 1956. Po podatkih New York Timesa je Diners Club do konca leta 1956 uspel ustvariti mrežo 19.000 prodajnih mest vse od Aljaske (Anchorage) do Tahitija. Dve leti kasneje so že beležili 465 mio \$ prometa in 40 mio \$ bruto dobička od provizij in članarin. Lahko rečemo, da McNamara in Schneider nista samo začetnika splošno uporabne plačilne

kartice, ampak tudi snovalca strategije cen, ki je privabila k sodelovanju prodajalce in imetnike kartic. Ta domiselna cenovna strategija je Diners Clubu prinašala 70 % dohodkov iz naslova provizije na prodajnih mestih (Evans, Schmalensee, 2005, str. 31-55).

Kljub temu da so zgodovinski podatki o industriji s plačilnimi karticami nekako zabrisani, pa lahko rečemo, da se je konkurenca na tem področju kaj kmalu pridružila do tedaj vodečemu na trgu - Diners Clubu.

2.1.2 Od 1950 do 1960

Eden prvih konkurentov je bil National Credit Card, Inc., ki je začel s svojim programom kartic leta 1951, deloval v 42 državah po ZDA in leta 1954 končal v bankrotu. Leta 1955 se pojavi kartica Trip-Charge, ki v enem letu poslovanja doseže mrežo 9.000 prodajnih mest in 85.000 članov. Njen ustanovitelj je Sidney J. Rudolph z motom: "Charge Everything Everywhere." V tem obdobju se pojavita še dve kartični podjetji, Esquire in Duncan Hines, ki se leta 1957 združita in njun produkt se imenuje Gourmet magazine club. Kartica, ki je pokrivala predvsem restavracije, hotele... (Manning, 2002, str. 37-93; Evans, Schmalensee, 2005, str. 63-115).

Druga vrsta konkurence je pričela nastajati znotraj prodajnih mest, ki so do tedaj sprejemala plačilne kartice. Lastniki hotelov so postajali vedno bolj nezadovoljni zaradi provizij, ki so jih morali plačevati izdajateljem plačilnih kartic. Zato leta 1956 American Hotel Association (Združenje hotelov Amerike) izda svojo kartico z imenom Universal Travelcard. Drugače od Diners Cluba so svojim imetnikom kartic sicer zaračunavali enako članarino – 26 \$, vendar niso zaračunavali provizij prodajnim mestom, kot so hoteli in rent-a-car. Kmalu se jim pridruži tudi National Restaurant Association (Nacionalno gostinsko združenje), ki s seboj pripelje 60.000 imetnikov njihove kartice. Ena izmed zanimivosti te združbe je bila, da niso imeli skupnega procesnega centra, ki bi fakturiral in izdajal račune članom, ampak je vsak hotel zase izstavil račun imetniku kartice, kljub temu da je za plačilo garantiralo združenje izdajateljev teh kartic. Tako so izpustili pomemben del pogače, 70 % dohodka, ki ga je pobiral Diners Club na prodajnih mestih. V tem obdobju se pojavijo tudi prve plačilne kartice železniških in letalskih prevoznikov (Manning, 2002, str. 37-93; Evans, Schmalensee, 2005, str. 63-115).

V zgodnjih petdesetih letih vstopijo na trg plačilno kreditnih kartic tudi nekatere banke s povsem drugo ciljno skupino. Te bančne kartice so imenovali "shopper cards" (nakupovalne kartice), ker so se uporabljale predvsem za nakupe hrane in izdelkov v

supermarketih, in sicer samo na območju poslovanja banke izdajateljice. Eno prvih nakupovalnih kartic je leta 1951 izdala Franklin National Bank na Long Islandu. Kmalu se ji je pridružilo še 100 manjših bank iz tega okoliša. Pri tako imenovanih »shopper« karticah so banke prodajnim mestom zaračunavale provizijo med 5 in 7 odstotki. Imetnikom kartic niso zaračunavali članarine, morali pa so konec meseca poplačati svoj račun v celoti (Manning, 2002, str. 37-93).

Od vseh začetnikov je na koncu ostal samo še Diners Club kot samostojno podjetje, ki je leta 1957 kupilo Trip-Charge in leto kasneje še Esquirejev program kartic. Banče kartice so v večini propadle, do konca leta 1957 se ohrani samo 27 tovrstnih sistemov. Njihov glavni problem je bil širjenje prodajne mreže. V letu 1958 vstopi na trg kartic tudi American Express, ki kmalu prevzame Universal Travelcard in Gourmet magazine club (Veit, 1997, str. 21-130; Evans, Schmalensee, 2005, str. 63-115).

Sredi petdesetih let se Diners Club poda tudi na osvajanje prek Atlantika. V Evropi širi svojo mrežo s pomočjo franšiznih dogovorov z lokalnimi organizacijami. A tudi v Evropi naleti na podoben upor s strani hotelirjev (European hotel trade associations) kot v ZDA. Ti so šli celo tako daleč, da so iz svojega združenja izključili vsakega, ki je sprejemal plačilne kartice, pri katerih je bilo potrebno plačati provizijo izdajatelju. Angleški in švicarski hotelirji pa so ubrali drugo pot. Še naprej so sprejemali tako imenovane kartice za potovanje in zabavo (T&E – Travel & Entertainment cards) istočasno pa so ustanovili novo združenje hotelirjev; to izda svojo plačilno kartico, "BHR credit card", ki se kasneje v šestdesetih letih razvije v EuroCard (Veit, 1997, str. 21-130; Evans, Schmalensee, 2005, str. 63-115)

Leta 1958 se v Kaliforniji na trgu pojavi tudi Banc of America s svojim programom plačilnih kartic in pa znana veriga hotelov "Hilton Hotels" s svojim produktom, ki ga kasneje preoblikujejo v Card Blanche.

2.1.3 Bank of America

V obdobju, ko se razvija trg plačilnih kartic in ko se pojavi prvo krizno obdobje te industrije (1958), se v zvezni državi Kalifornija, gospodarsko eni najmočnejših držav ZDA, Bank of America odloči za izdajo svoje plačilne kartice. Bank of America je bila takrat največja banka v ZDA s prek 600 podružnicami po zvezni državi Kalifornija (ki je bila ena izmed držav, v kateri niso imeli zakona, ki bi prepovedoval podružnice). Razvila

se je iz Bank of Italy, katere ustanovitelj je bil leta 1904 eden največjih bankirjev ZDA, A. P. Giannini (Slawsky, Zafar, 2005, str 26-34; Evans, Schmalensee, 2005, str. 92-135).

Svojo prvo kartico so sprva želeli predstaviti že leta 1954, a so po daljšem razmisleku, češ da ta posel še ni dovolj zanimiv, zadevo odložili. Svojo prvo plačilno/kreditno kartico tako izdajo leta 1958, z limiti porabe med 1.500 \$ in 2.600 \$ ter predhodno avtorizacijo za vse nakupe nad 260 \$. Poleg klasične plačilne kartice z odlogom plačila so svojim najboljšim članom ponudili revolving financiranje. To je bila glavna prednost kartice Bank of America pred konkurenco. Ena največjih skrbi, ki so jo imeli, je bila, kako prepričati trgovce blaga široke porabe, da bi sprejemali njihovo kartico (Slawsky, Zafar, 2005, str 26-34; Evans, Schmalensee, 2005, str. 92-135)

Na začetku so kartico predstavili samo na omejenem področju Fresno Kalifornije. Odločili so se za vnaprej odobren sistem kartic, ki so jih prek posebne pošte poslali 60.000 vnaprej izbranim potencialnim članom. S tem so želeli pokazati trgovcem, kakšna veliko množica potrošnikov bi lahko s to kartico nakupovala tudi pri njih. Odziv je bil nadvse pozitiven, saj so v prvih petih mesecih pridobili 1.100 prodajnih mest. To je bil zadosten razlog, da so se odločili kartico predstaviti širši javnosti. BankAmericard se v letu dni razširi po vsej državi in pridobi skoraj dva milijona članov in 25.000 prodajnih mest znotraj države Kalifornije (Slawsky, Zafar, 2005, str 26-34); Evans, Schmalensee, 2005, str. 92-135).

Vendar vse ni bilo tako, kot so predvideli. Stopnja zlorabe kartic in neplačanih računov je bila celo za petkrat višja od pričakovane. To so videli tudi največji trgovci, zato so v strahu pred neplačili pričeli odpovedovati sodelovanje. BankAmericard v letu 1960 zgubi približno 45 mio \$. Da bi program preživel, znižajo provizijo na 3 % in vse moči usmerijo v izterjavo. Postopoma jim uspe znižati delež dolga članstva in ponovno pridobijo zaupanje prodajnih mest (35.000 na koncu leta 1962). Leta 1961 prvič poslujejo z dobičkom (Slawsky, Zafar, 2005, str 26-34); Evans, Schmalensee, 2005, str. 92-135).

2.1.4 American Express

American Express prične svojo pot leta 1850 v Buffalu (New York) kot podjetje za hitro dostavo pošte. Ena izmed stvari, ki so si jo ljudje želeli pošiljati, je bil tudi denar. Na tem področju sta si konkurirali predvsem dve podjetji, American Express in U.S. Post.

American Express vpelje potovalne čeke, kar mu prinese veliko prednost pred konkurenco. Z dvojnimi sistemom podpisa so zagotovili varnost, kar je bil eden izmed poglobitnih razlogov, da so pridobili potrebno zaupanje prebivalstva. Sprva se je lahko čeke unovčilo le na okencih American Expressa, kasneje pa je bilo mogoče to storiti tudi na samih prodajnih mestih.

Sto let kasneje je bila American Express največja potovalna agencija in največje privatno podjetje za hitro dostavo pošte na svetu. Svojo agencijsko dejavnost so v prvih desetih letih po vojni razširili s 50 na 400 potovalnih agencij. V letu 1951 so prodali približno za 6,5 mrd \$ potovalnih čekov, do konca desetletja pa so obvladovali 70 % prometa s potovalnimi čeki v Ameriki (Manning, 2002, str. 63-128; Evans, Schmalensee, 2005, str. 113-156).

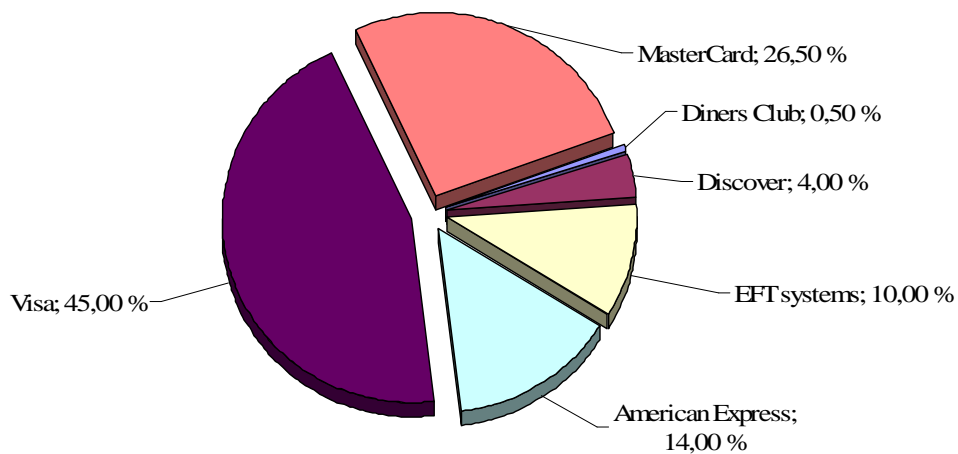
Diners Club plačilna kartica je postala resen konkurent Amexovim potovalnim čekom, zato prične leta 1953 slednji pripravljati odgovor na konkurenco. Leta 1956 se ogreje za nakup Diners Cluba, vendar kasneje opusti to idejo. 1. oktobra 1958 vstopijo na trg plačilnih kartic s 17.500 prodajnimi mesti in 250.000 člani (Prevzem Universal Travelcarda in Gourmet magazine cluba) (Evans, Schmalensee, 2005, str. 113-156).

Do konca leta 1960 pridobi 750.000 članov in ustvari promet prek 500 mio \$. Da bi svoj produkt postavili nad Diners Clubovo kartico, so postavili za 1\$ višjo članarino (preračunano v dolarje v 2002, znaša to 5 \$). Na strani prodajnih mest so znižali provizijo glede na Diners Club, pri restavracijah med 5 in 7 % in hotelskih storitvah med 3 in 5 %. Ker tega posla niso bili večji, so zašli v resne težave. Izgube so se vedno bolj večale, tako da so leta 1961 resno razmišljali o prodaji Diners Clubu. To se ni zgodilo, ker so se bali, da jim urad za varstvo konkurence tega ne bi odobril (Evans, Schmalensee, 2005, str. 113-156).

Svojo pozornost usmerijo v izterjavo dolgov in povišajo članarino z 31 na 48 \$ (preračunano v 2002 \$). Kljub povečanju članarine je kartica še zmeraj rasla. Štiri leta po predstavitvi svoje kartice javnosti prvič poslujejo pozitivno s preko 900.000 člani in 82.000 prodajnimi mesti. (Evans in Schmalensee, 2005, str. 113-156)

Amercan Express v letu 2002 obvladuje 14 % trga, po velikosti je trikrat manjši od Vise in dvakrat manjši od MasterCarda (Slika 2) .

Slika 2: Deleži prometa pomembnejših izdajateljev v ZDA v letu 2002.



Vir: The Nilson Report, 2004.

2.1.5 Carte Blanche

Svojo plačilno kartico so izdali tudi pri znani hotelski verigi Hilton Hotels, ki je sprva želela prevzeti Diners Club, a se je na koncu le odločila za samostojno pot. Ustanovili so hčerinsko podjetje Hilton Credit Corporation in izdali kartico Carte Blanche. Z nižjo provizijo (4 %) od konkurence so kmalu pridobili podporo National Restaurant Association, ki je tedaj imela 600.000 članov. Zaradi slabe izbire svojega članstva in neustreznega sistema izdajanja računov je Carte Blanche ves čas delal z izgubo. Leta 1965 ga kupi Citigroup (Evans, Schmalensee, 2005, str. 41-97).

2.1.6 Co-opetition - rojstvo licenčnih sistemov

Leto 1966 je bilo prelomno za kartično industrijo. V tem času so si konkurirala predvsem tri podjetja: American Express, Carte Blanche in Diners Club. Te kartice so se uporabljale predvsem za potovanja in zabavo (T&E kartice) in niso omogočale daljših kreditiranj od meseca dni. To so bile klasične plačilne kartice z enomesečnim odlogom plačila in niso bile vezane na bančni (transakcijski) račun. Do konca leta 1970 je 9,2 % prebivalcev Amerike imelo eno izmed T&E kartic (Evans, Schmalensee, 2005, str. 137-183).

V preteklosti je Bank of America zaradi togih federalnih zakonov o meddržavnem bančništvu težko konkurirala največjim trem izdajateljem T&E kartic. Da bi se temu

izognili, se leta 1966 odločijo svoj kartični program (BankAmericard) razširiti po Ameriki s pomočjo franšiz, ki bi jih podelili izbranim bankam. Zanja je bilo potrebno odšteti 113.000 \$ in 0,5 % od prometa posameznega člana. Posamezne franšize so tako samostojno pridobivale članstvo in sklepale pogodbe s prodajnimi mesti. Novi franšizni sistem organizacije pa ni pospešil le širitve v Združenih državah Amerike, temveč tudi po drugih državah sveta, kot so: Kanada, Kolumbija, Venezuela, Mehika, Japonska, Italija, Španija, Portugalska in Anglija (Evans, Schmalensee, 2005, str. 137-183).

Istega leta se prav tako na zahodni obali ZDA med seboj poveže nekaj večjih bank in skupaj ustanovijo Western States Bankcard Association (Interbank) z blagovno znamko Master Charge. V slabih dveh letih je v združenje pristopilo 286 bank iz sedmih držav. Tako sta nastali dve med seboj konkurenčni bančni mreži z različnima organizacijskima politikama. Bank of America je uporabljala franšizni sistem, Interbank pa je bil zasnovan na principu združenja bank (Manning, 2002, str. 53-132).

V letu 1970 Interbank poskuša prevzeti BankAmericard s 27 milijoni članov in 565.000 prodajnimi mesti. BankAmericard se prevzema ubrani tako, da se preoblikuje v delniško družbo (National BankAmericard, Inc.), katere delničarji so lahko le banke, članice (prej imetnice franšize) (Manning, 2002, str. 53-132; Evans, Schmalensee, 2005, str. 137-183).

Do konca šestdesetih let se izoblikujeta dva kartična sistema, franšizni (American Express, Diners Club International in Carte Blanche) ter licenčni (Master Charge in BankAmericard). T&E izdajatelji se posvetijo predvsem izdaji kartic z odlogom plačila, bančni izdajatelji pa se odločijo za izdajo kreditnih (revolving) kartic, ki jim kasneje dodajo še debetne. Kljub temu da so ameriške banke sorazmerno kmalu predstavile svoje debetne kartice, se te niso prijele vse do prve polovice devetdesetih. Danes licenčne plačilne kartice predstavljajo 71 % izdanih plačilnih kartic v ZDA (Manning, 2002, str. 78-132).

2.2. Desetletje boja za preživetje

Decembra 1969 se prične eno najtežjih gospodarskih obdobij v zgodovini ZDA, ko v naslednjih dvanajstih letih doživijo štiri večja recesijska obdobja. V tem času se drastično zniža proizvodnja podjetij, njihovi prihodki, stopnja zaposlenosti, trgovanje itd. Vse to se je močno odražalo v potrebi po zadolževanju, kar bi bilo za kartično industrijo dobro, če ne bi takrat v ZDA obstajale zakonske omejitve glede najvišje dovoljene obrestne mere za potrošniška in nezavarovana posojila (Bergman, 2004).

Inflacija je rasla iz leta v leto bolj strmo in z njo tudi cena denarja. Banke si niso mogle več sposojati denarja za kreditiranje prebivalstva, saj je bila njihova »cena« denarja veliko višja, kot so jo sami lahko zaračunavali prebivalstvu. V državi New York, kjer je imelo svoj sedež veliko število ameriških bank, si je morala ena največjih, Citibank, denar sposojati po 15 % obrestni meri, posojala pa ga je lahko le po 12 % obrestni meri. Zaradi tega banke niso več želele posojati denarja prebivalstvu, saj so jim ta posojila povzročala velikanske izgube. Da se je tedaj svojemu bankrotu izognila ena največjih bank, je pripomogla tudi razsodba ameriškega vrhovnega sodišča, ki je izdalo odločbo, da je za višino maksimalno dovoljene obrestne mere pomemben kraj sedeža podjetja, ki daje posojilo, in ne kraj, kamor je to posojilo dano. To je spodbudilo Citibank, da je pričela močno lobirati v zvezni državi Južna Dakota, ki je bila tedaj v globoki gospodarski krizi in je prav v tem času spreminjala svoje skrajno omejevalne zakone glede cene denarja (Bergman, 2004).

Tedanji guverner Južne Dakote, Bill Janklow, si je na moč prizadeval izboljšati gospodarsko stanje v svoji deželi. Citibank mu v zameno za ugodnejše pogoje pri maksimalnih obrestnih merah za posojila ponudi številna nova delavna mesta, s tem ko preseli svoj sedež v glavno mesto Južne Dakote (Sioux Falls). Kmalu po tem, ko Citibank objavi novico, da se seli v Južno Dakoto, se na to odzovejo tudi druge banke in nekatere manjše zvezne države, kot je Delaware, ki leta 1981 ukine maksimalno obrestno mero za dana posojila. Do leta 1987 v Delaware preseli svoj sedež kar nekaj velikih ameriških bank, kot so: Banker Trust, Chase Manhattan, Chemical, Manufacturers Hanover in Marine Midland (Bergman, 2004).

Ena pomembnejših zakonskih sprememb v tem času, ki je pripomogla k nadaljnjemu razvoju kartične industrije v ZDA, je bila tudi ta, da so lahko banke pričele poslovati in širiti svoje storitve izven svojih meja. Do tega trenutka so banke lahko poslovale samo znotraj zvezne države, v kateri so imele sedež. Ta sprememba je banke spodbudila k ekonomiji obsega in znižanju stroškov ter konkurenčnemu boju na novem večjem prostoru.

2.3. Razcvet

S koncem recesije novembra 1982, ki je trajala kar šestnajst mesecev, se prične obdobje ekonomske rasti v ZDA in s tem tudi kartične industrije. V letu 1983 se kar 1.500 podjetij ukvarja s plačilnimi karticami. Od teh so vsa podjetja s programom kreditnih kartic, finančne inštitucije, ki pripadajo shemi MasterCard-a ali Vise. Nekatera izmed njih tudi obema. Na področju T&E kartic je imelo vodilno vlogo podjetje American Express s 87 %

deležem med vsemi T&E karticami. Preostalih 13 % sta si delila Diners Club in Carte Blanche, ki sta bili tedaj že v lasti Citigroupa (Manning, 2002, str. 142-197; Evans, Schmalensee, 2005, str. 185-279).

V tem obdobju, leta 1985, Sears skupaj z Roebuckom in Co. prične izdajati kartico Discover. V manj kot dveh letih po tem, ko so izdali prve oranžne in črne Discover kartice, uspejo izdati 22 milijonov kartic, kar je več, kot je Citigroup dosegel v dveh desetletjih. S 700.000 prodajnimi mesti in 4 milijardami prometa so se zavihteli na tretje mesto med vsemi izdajatelji kreditnih kartic in tistih z odlogom plačila v ZDA (Manning, 2002, str. 142-197; Evans, Schmalensee, 2005, str. 185-279).

S koncem recesije se na denarnem in finančnem trgu zopet vzpostavi pozitivna klima in upanje na boljše čase. V tem času so kartičarji že dodobra spoznali, da jim kartice lahko prinašajo velikanske zaslužke. Tako vse banke izdajateljice pričnejo svojim članom zaračunavati članarine, prodajnim mestom provizijo od vsake transakcije in imetnikom revolving kartic znižajo minimalni obvezni obrok ter nekoliko zvišajo obrestno mero na izposojena sredstva (Bergman, 2004).

Med leti 1982 in 1990 se celotna poraba prebivalstva poveča s 3.400 milijard \$ (41.170 \$ na gospodinjstvo) na 4,800 milijard \$ (51.280 \$ na gospodinjstvo), kar predstavlja 41 % povečanje v obdobju. To povečanje splošne porabe se je poznalo tudi na področju plačil s plačilnimi karticami. Vrednost teh plačil se je od leta 1982, ko je ta znašala 155 milijard \$, povečala na 400 milijard \$ v letu 1990. Vzrok za tako povečanje (158 %) je iskati predvsem v povečanju povprečne porabe na kartico in povečanju števila imetnikov plačilnih kartic. Število imetnikov kartic se je povečalo s 43 % v letu 1983 na 62 % v letu 1992 (Manning, 2002, str. 142-197; Evans, Schmalensee, 2005, str. 185-279).

Pri vsem tem pa se nista povečevala samo poraba in število imetnikov kartic, temveč tudi skupna zadolženost prebivalstva. Ta se je v obdobju 1982–1990 povečala s 640 milijard \$ na 1.015 milijard \$. Še hitreje kot je rasla skupna zadolženost prebivalstva, pa je rasel dolg, ustvarjen s kreditnimi karticami, ki se je s 50 milijard \$ v letu 1982 povečal na 225 milijard \$ v letu 1990, kar je pomenilo, da se je dolg, storjen s kreditno kartico, na gospodinjstvo povečal s 580 \$ na 2.430 \$ (Manning, 2002, str. 142-197; Evans, Schmalensee, 2005, str. 185-279).

V letu 1990 je bilo med vsemi izdanimi plačilnimi karticami v ZDA 65 % revolving (kreditnih) kartic, ki so se uporabljale v vsakodnevne namene. Kartice z odlogom plačila so se uporabljale samo v poslovne namene in na potovanjih. Poleg omenjenih dveh vrst kartic so imeli tudi t.i. ATM kartice, ki so se uporabljale samo za dvigovanje gotovine na bankomatih in so bile neke vrste debetne kartice s PIN kodo. ATM kartice se niso uporabljale na prodajnih mestih, ker ta niso bila opremljena s POS terminali, ki omogočajo vnos PIN kode. Delež, ki ga v ZDA dosegajo kreditne kartice, je primerljiv deležu debetnih kartic v Evropi. Kljub temu da so debetne kartice v ZDA poznali že od leta 1975 dalje, pa se je njihova uporaba pričela širiti šele v devetdesetih letih. Eden izmed vzrokov zato je navajenost potrošnikov na življenje nad njihovimi trenutnimi finančnimi zmožnostmi (kreditne kartice in čeki) in na drugi strani nezainteresiranost bank po izgubi prihodkov iz naslova kreditiranja svojih članov (Manning, 2002, str. 142-197; Evans, Schmalensee, 2005, str. 185-279).

2.4. Petinpetdeset let od izdaje prve plačilne kartice

Leta 2000, petdeset let po tem, ko je bila izdana prva plačilna kartica, predstavljajo transakcije s plačilnimi karticami le 27 % vseh opravljenih transakcij. Danes, pet let kasneje, je v razvitejših državah ta odstotek že presegel 50 % in še zmeraj uporabljajo tako gotovino kot čeke.

V 55 letih svojega razvoja so plačilne kartice uspele prepričati kar velik del uporabnikov, posameznikov in podjetij, nekatere celo do te mere, da si brez nje ne znajo več predstavljati popolnoma običajnega vsakdanjika.

3. DELOVANJE SISTEMA PLAČILNE KARTICE

3.1. Opredelitev ključnih subjektov

V tem poglavju bom predstavil ključne subjekte, ki tvorijo trg plačilnih kartic in način delovanja sistema. Da bodo stvari razumljive tudi za nepoznavalce trga plačilnih kartic, bom v začetnem delu tega poglavja tudi razložil posamezne definicije ključnih subjektov, ki sodelujejo v sistemu plačilne kartice (Definicije povzete po: Kubis-Labiak, 2004, str. 12-23):

- *Imetnik kartice (the cardholder)* - je oseba, ki ji je izdajatelj plačilnih kartic izdal plačilno kartico.
- *Izdajatelj (the Issuer)* - je finančna inštitucija ali privatno podjetje, ki ima pogodbeni dogovor z imetnikom kartice, na podlagi katerega mu izda plačilno kartico. Vsak izdajatelj mora imeti dovoljenje za izdajo plačilnih kartic s strani Nacionalne banke in morebitno licenco za izdajo plačilnih kartic za posamezno kartično shemo.
- *Prodajno mesto (the merchant)* - je vsaka trgovina, salon, restavracija, hotel ali storitvena dejavnost, ki izpolnjuje pogoje za sprejem plačilnih kartic kot način plačila. Prodajno mesto lahko posluje tudi prek interneta, pošte ali telefonskega naročanja.
- *Pridobitelj (the acquirer)* - omogoča prodajnim mestom, da lahko sprejemajo plačila s plačilnimi karticami. V večini primerov priskrbijo prodajnemu mestu potrebno opremo za sprejemanje plačil s kartico (POS terminali), hkrati pa so zadolženi tudi za prenos vseh podatkov, ki so povezani s transakcijo s posamezno kartico. *Pridobitelj* potrebuje licenco kartične sheme, za katero posreduje in pridobiva prodajna mesta. Dostikrat se zgodi, da sta *pridobitelj* in izdajatelj združena v enem subjektu.
- *Procesni center (the transaction processor)* - skrbi za poravnavo transakcij. Upravlja z izmenjavo informacij o opravljenih transakcijah ("kliring") in dejanskimi prenosi denarnih sredstev.
- *Kartična shema (the scheme)* - je sistem nekega izdajatelja kartice, za katerega je točno določen način upravljanja s transakcijami znotraj mreže te kartice. Najpomembnejše tovrstne mednarodne sheme so: Visa, MasterCard, American Express in Diners Club. Vsaka shema skrbi za marketing svoje blagovne znamke,

razvoj novih produktov in procesiranje mednarodnih transakcij. Upravljalavec sheme določa njena pravila in omejitve, po katerih se morajo ravnati vsi člani (imetniki licence ali franšize).

- “*The payment service provider (PSP)*” je podjetje, ki omogoča prodajnim mestom, še posebej izpostavljenim visokemu tveganju (npr. internetna prodajna mesta), da sprejema plačilne kartice. PSP prevzame popolno odgovornost glede poravnave plačila prodajnemu mestu od *pridobitelja*. Da bi se nekako zavarovali pred tveganjem opravljajo vse varnostne in avtorizacijske postopke sami. Po končani obdelavi podatkov posreduje informacijo o transakciji naprej *pridobitelju* itd.

3.2. Opredelitev delovanja sistema

3.2.1 Delovanje sistema

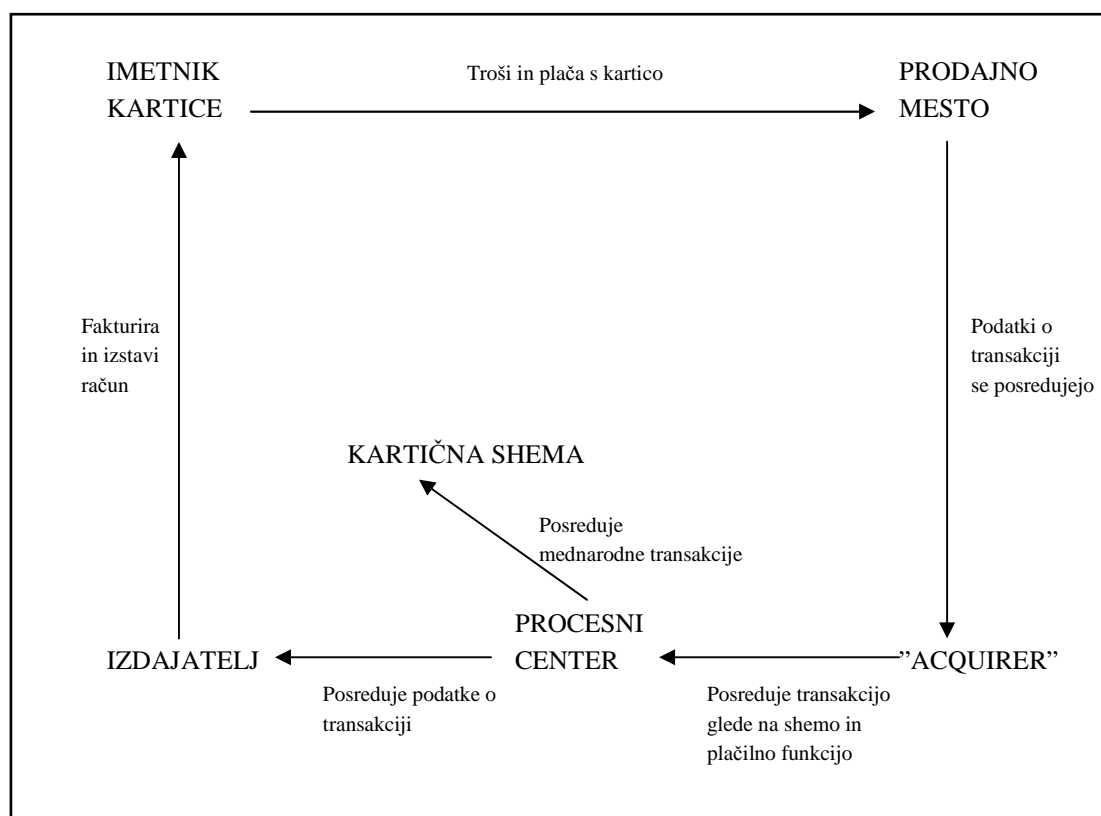
V procesu kartičnega sistema sodelujejo ponavadi vsi že omenjeni ključni subjekti. Je standardiziran proces, katerega število sodelujočih je ponavadi odvisno od širine storitev, ki jih zagotavlja *pridobitelj*. Tako lahko sam opravlja funkcijo procesnega centra ali pa to prepusti zunanji organizaciji. Število sodelujočih v tem procesu je prav tako odvisno od prodajnih mest, saj se ti lahko odločajo med različnimi distribuciskimi kanali. Veliko prodajnih mest, ki se ukvarja z internetno trgovino, deluje prek PSP podjetij, ki nato transakcijo posredujejo običajnemu *pridobitelju* (Kubis-Labiak, 2004, str. 12-23).

Proces transakcije v kartičnem sistemu lahko razdelimo na dva dela:

Podatkovni proces transakcije (Slika 3)

Imetnik kartice se odloči, da plača blago ali storitev s plačilno kartico. Prodajno mesto transakcijo zabeleži v elektronski (POS terminal) ali ročni (imprinter) obliki in nato posreduje informacijo o njej *pridobitelju* (identiteto imetnika kartice, identiteto prodajnega mesta in znesek transakcije). *Pridobitelj* obdela dobljene informacije o transakciji, jih razvrsti in posreduje procesnemu centru, ki jo po končani obdelavi podatkov posreduje ustreznemu izdajatelju kartice ali kartični shemi v primeru mednarodne transakcije. Izdajatelj nato fakturira opravljeno transakcijo na račun imetnika kartice. V primeru debetne kartice se transakcijski ali varčevalni račun imetnika kartice ponavadi bremeni takoj (Kubis-Labiak, 2004, str. 12-23).

Slika 3: Podatkovni proces transakcije



Vir: Datamonitor, 2004.

Vrednostni proces transakcije

Delovanje takega sistema povzroči kar nekaj dodatnih stroškov, ki niso v breme potrošnika (imetnika kartice), temveč prodajnega mesta. Znesek, ki ga potrošnik plača izdajatelju kartice za kupljeno blago ali opravljeno storitev, se posredno razdeli na del, ki je namenjen poravnavi nastalih stroškov v samem verižnem procesu, in del, ki je namenjen prodajnemu mestu kot plačilo za blago ali opravljeno storitev. Tako dobi prodajno mesto za določen odstotek nižje plačilo, kot ga je dejansko zaračunal kupcu.

Delež, ki se porabi za servisiranje samega procesa sistema, se ponavadi razdeli na dva dela, na provizijo na prodajnem mestu ("merchant service charge - MSC") in shemsko ali medfranšizno provizijo ("interchange fee"). Poleg obeh omenjenih provizij pa mora izdajatelj posebej plačati provizijo (licenčnino ali royalty) za uporabo določenega sistema.

- "Merchant service charge - MSC" – (provizija na prodajnem mestu) je provizija, ki jo prodajno mesto plača *pridobitelju* za sprejemanje transakcij in njihovo nadaljnjo

procesiranje. Provizija se pri kreditnih karticah in karticah z odloženim plačilom ponavadi zaračuna v obliki odstotka od skupne vrednosti transakcije, pri debetnih karticah pa je lahko odstotek od transakcije ali pa fiksni znesek na transakcijo, ne glede na njeno višino. Provizijo na prodajnem mestu določa *pridobitelj* glede na vrsto dejavnosti (hoteli, restavracije, saloni, butiki, trgovine z živili...). Tako imajo ponavadi večje trgovinske verige z živili nižjo provizijo kot lokalne trgovinice, ker imajo veliko večjo pogajalsko moč. Višina provizije je odvisna tudi od stopnje konkurenčnosti na trgu plačilnih kartic.

- "Interchange fee" – (shemska ali medfranšizna provizija) je provizija, ki jo *pridobitelj* plača izdajatelju kartice. Višina te provizije je odvisna od dogovora med obema pogodbenima stranema in od pravil na domačem trgu. Ob tem je potrebno poudariti, da vsi sistemi ne delujejo na enak način. Na primer, American Express in Diners Club pogosto delujeta na tako imenovani "closed loop" bazi, kar pomeni, da so sami tako *pridobitelj* kot procesni center in izdajatelj. V svetu je veliko primerov, ko sta po dve funkciji združeni v enem podjetju in tudi take, ki združujejo vse tri funkcije. Če želi prodajno mesto sprejemati kartice različnih kartičnih shem, mora posebej skleniti pogodbo z vsakim od ponudnikov sistema plačilne kartice.

3.2.2 Avtorizacija

Avtorizacija je dovoljenje za bremenitev kartice za znesek transakcije, ki ga izda izdajatelj kartice prodajnemu mestu v trenutku, ko se izvede transakcija.

Poznamo tri osnovne metode avtorizacije:

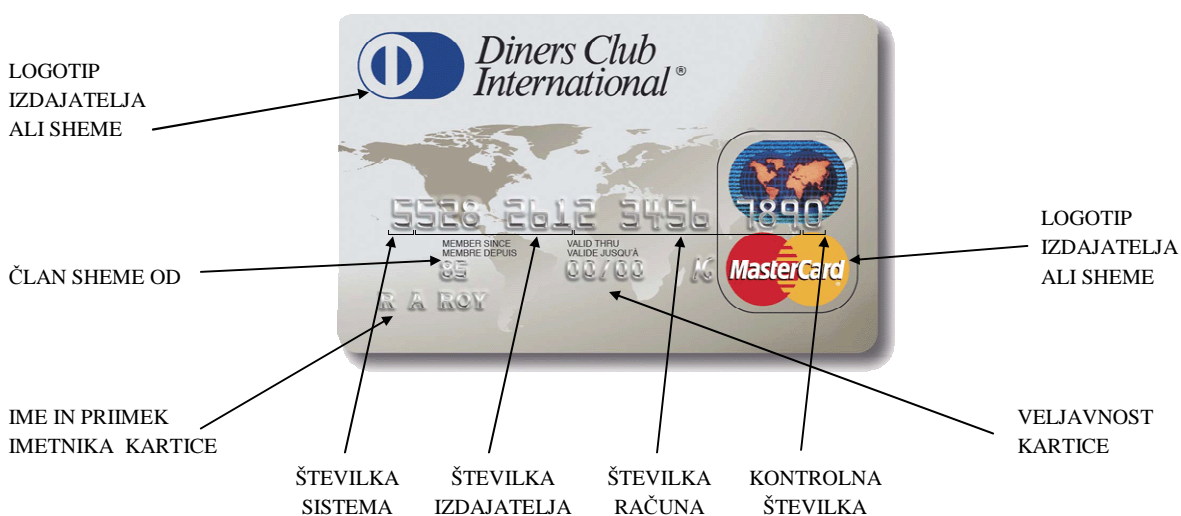
- Zvočne avtorizacije potekajo prek telefonskega aparata. Uporabljajo jih predvsem manjša prodajna mesta, ki imajo manjše število transakcij, in vsa ostala prodajna mesta, če je zasedena linija ali nastopijo drugi tehnični problemi ("POS terminal").
- Elektronski prenos podatkov (Electronic data capture – EDC). Ta oblika avtorizacije je danes najpogostejša. Pri njej kartico potegnemo prek čitalca "POS terminala", ta pa se samodejno poveže prek pridobitelja in procesnega centra z izdajateljem kartice, kjer se nato avtomatično odloča o odobritvi transakcije ali o njeni zavrnitvi.
- Virtualni terminali – internet. V primeru plačevanja prek interneta imetnik kartice vpiše potrebne podatke, nakar se virtualni terminal poveže prek pridobitelja in procesnega centra z izdajateljem kartice, kjer se nato avtomatično odloča o odobritvi transakcije ali o njeni zavrnitvi.

3.2.3 Plačilna kartica

Poleg kartic z magnetnim trakom, te so trenutno najbolj razširjene med plačilnimi karticami, poznamo tudi optične kartice, pri katerih za branje podatkov in njihovo zapisovanje potrebujemo neke vrste laser. Optične kartice z magnetnim trakom se uporabljajo predvsem kot spominske kartice za zapisovanje določenih informacij. V zadnjem času se je na trgu pojavila potreba po kartici s spominsko funkcijo kot kartici, ki bi znala zapisane podatke tudi obdelati – pametna kartica ("smart card"). Pametne kartice nam to omogočajo, ker imajo vgrajen pomnilnik in mikroprocesor za svojo obdelavo.

Ker se danes kot plačilne kartice še zmeraj v večini uporabljajo kartice z magnetnim trakom ali pa kombinirane kartice, to so kartice z magnetnim trakom, ki imajo na prednji strani že vgrajen procesor, se bom v nadaljevanju osredotočil na simbole, ki jih lahko najdemo na taki plačilni kartici.

Slika 4: Plačilna kartica



Vir: Diners Club International, 2005.

Na čelni strani kartice lahko poleg osnovnega dizajna z logotipom izdajatelja in morebitne kartične sheme najdemo tudi izbočen številčni zapis, ki ima različen pomen glede na izdajatelja kartice. Dolžina številčnega zapisa je odvisna od posamezne kartične sheme. Tako imata Carte Blanche in Diners Club oba štirinajstštevilični zapis, American Express petnajst-, JCB petnajst- ali šestnajst- (odvisno od izdajatelja), Visa trinajst- ali šestnajst- ter Discover in MasterCard šestnajstštevilični zapis. Večina mednarodnih in lokalnih kartičnih sistemov uporablja ANSI standard X4.13-1983 oštevilčenja. Prva številka predstavlja vrsto sistema:

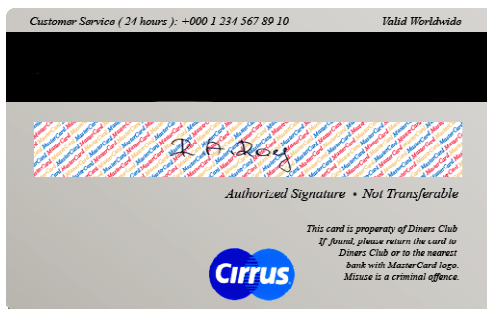
- 3 – T&E ¹ organizacije (American Express)
Prvi dve številki pri American Expressu sta vedno 37, tretje in četrto mesto (številke) označujeta tip in valuto kartice, mesta od 5 do 11 so številka računa posameznika pri izdajatelju, mesta od 12 do 14 so namenjena označevanju zaporedne številke kartice znotraj istega računa, zadnje, 15. mesto, pa služi kot kontrolna številka.
- 3 – T&E organizacije (Carte Blanche)
- 3 – T&E organizacije (Diners Club)
Pri Diners Clubu sta prvi dve številki vedno 36, mesta od 3 do 6 označujejo serijo izdajatelja, mesta od 7 do 10 so številka računa znotraj serije, mesta od 11 do 13 so namenjena označevanju zaporedne številke kartice znotraj istega računa, zadnje, 14. mesto, je kontrolna številka.
- 4 – Visa
Pri Visi številčna mesta od 2 do 6 predstavljajo številko banke, mesta od 7 do 12 ali celo 15 so namenjena številki računa posameznika pri banki, mesta od 13 do 16 služijo kot kontrolne številke.
- 5 – MasterCard
Pri MasterCardu sta druga in tretja številka (oziroma od druge do pete ali šeste številke) namenjeni številki banke (odvisno od tega, kakšna je druga številka). Številke, ki sledijo bančni številki, so namenjene številki računa posameznika pri banki, 16. zadnja, pa je kontrolna številka
- 6 – Discover

Poleg številčnega zapisa najdemo na kartici logotip izdajatelja, logotip sheme, datum veljavnosti kartice ter ime in priimek imetnika kartice.

Na hrbtni strani kartice najdemo magnetni trak ("magnetic stripe ali magstripe") in prostor z osebnim podpisom imetnika kartice. Na magnetni trak je moč zapisovati podatke, ki jih preberemo s pomočjo čitalca za magnetni zapis. Pri tovrstnih karticah se občasno zgodi, da čitalec ne more prebrati zapisanih podatkov. Ponavadi je zamazan ali popraskan magnetni trak, kar nekoliko oteži branje podatkov. V takem primeru je potrebno kartico večkrat povleči prek bralne reže na terminalu. Če terminal kartice po večkratnih poskusih še vedno ne prebere, gre ponavadi za okvaro zapisa.

¹ (T&E – Travel & Entertainment cards - kartice za potovanje in zabavo)

Slika 5: Plačilna kartica – zadnja stran



Vir: Diners Club International, 2005.

Magnetni zapis na kartici je trisleden, pri čemer je vsaka sled visoka približno 2,54 mm. Večina plačilnih kartic uporablja samo stezo ena in dve. Steza tri je bralno/pisalna steza, ki se uporablja za zapis PIN kode, oznake države izdajatelja, primarne valute in vrednosti odobritve plačila. Skoraj vsi izdajatelji uporabljajo standard ISO/IEC 7811, ki določa:

- gostota prve sledi je 210 (bpi) bitov na inch, na katero je moč zapisati 79 šestbitnih znakov,
- gostota druge sledi je 75 (bpi) bitov na inch in lahko vsebuje 40 štiribitnih znakov,
- gostota tretje sledi je 210 (bpi) bitov na inch in lahko vsebuje 107 štiribitnih znakov.

3.2.4 Pametna kartica

V začetku devetdesetih let prejšnjega stoletja se mednarodna kartična skupnost po več kot desetletju razpravljanja vendarle odloči za uvedbo pametne plačilne kartice. Pri tem so imele pomembno vlogo mednarodne plačilne organizacije, kot so Europay, MasterCard in Visa International, ki so jih v to prisilile nekatere njihove najmočnejše članice (Geceg, 2004, str. 4-12).

Do tedaj je le nekaj evropskih držav, predvsem neuspešno, poskušalo uvesti pametno plačilno kartico v svoj plačilni sistem (Francija, VB in Norveška). Prva je začela uvajati pametne kartice Francija, ki si je zadala cilj, da bo do leta 1992 zamenjala vse obstoječe kartice z magnetnim trakom s pametnimi karticami. Vzroki za spremembe so bili predvsem v velikem in hitrem porastu zlorab, ki so se pričele pojavljati v tem obdobju s karticami z magnetnim zapisom (Geceg, 2004, str. 4-12).

Pametne kartice so bile prvič uporabljene v komercialne namene kot telefonske kartice na francoskem PTT. Zahvaljujoč najnovejši tehnologiji so današnje pametne kartice veliko bolj zmogljive od tistih prvih.

Slika 6: Pametna kartica



Vir: Pametne kartice, 2005

Pametna kartica je po velikosti in obliki enaka kartici z magnetnim zapisom, a je z njo zaradi vgrajenega čipa v ohišju mogoče doseči veliko več.

Poglavitne prednosti pametne kartice. Prva: nanjo je moč shraniti do stokrat več podatkov. Druga: v povezavi s terminalom omogoča obdelavo shranjenih podatkov. Npr. imetnik kartice vtipka svojo identifikacijsko številko, t.i. PIN kodo (“personal identification number”) v terminal, ta pa jo preveri s tisto, ki je shranjena v čipu. S kartico, ki uporablja takšen algoritem, je mogoče prepričati lokalni terminal, da ima njen lastnik dovolj denarja za želeno transakcijo, ne da bi se mu bilo pri tem potrebno povezovati z avtorizacijskim centrom pri izdajatelju kartice. Tretja prednost: pametna kartica nam omogočajo združljivost, kar pomeni, da lahko več kartic zamenjamo z eno samo. Tako je lahko pametna kartica istočasno: osebna izkaznica, nosilka pomembnih zdravstvenih informacij, plačilna kreditna kartica, elektronska denarnica, bančna kartica, telefonska kartica...

Nekatere različice pametnih kartic imajo tudi posebno koprocesorsko vezje za kriptografske operacije, ki pospešijo kodiranje in dekodiranje sporočil oziroma generirajo digitalne podpise in druge kodirane podatke (Geceg, 2004, str. 41-58).

Za čipno tehnologijo se pogosto uporablja tudi izraz EMV. Gre za mednarodni standard, za katerega so se v letih 1993 in 1994 dogovorili Europay, MasterCard in VISA. Danes je ta standard obvezen za vse kartice, ki jih izdajajo banke z blagovnimi znamkami MasterCard

in VISA International. EMV (EMV I, EMV II in EMV III) specifikacija zagotavlja mednarodno delovanje pametnih kartic in terminalov, ki pametne kartice sprejemajo (Radu, 2003, str. 53-90).

Na področju uvajanja pametnih kartic so kljub francoskemu pionirstvu na tem področju danes najdlje prišli Angleži. Njihov cilj je bil do konca leta 2002 zamenjati vse obstoječe kartice z magnetnim trakom s pametnimi karticami. To jim še zdaleč ni uspelo, saj je bil delež transakcij s pametno kartico v začetku leta 2003 med vsemi transakcijami s plačilnimi karticami samo 5 %, njihova skupna vrednost pa je predstavljala 7 % vrednost plačil s plačilnimi karticami.

Prve pametne kartice v Sloveniji so bile izdane 20. decembra 2004. Njihova izdajateljica je bila Banka Koper, ki je tudi vodilna na področju razvoja pametnih kartic v Sloveniji. Najprej so izdali kreditno kartico Activa MasterCard (kartica z odloženim plačilom), kmalu zatem pa še debetno kartico Activa Maestro. V Banki Koper nameravajo v letu 2005 zamenjati vse obstoječe magnetne kreditne kartice s pametnimi karticami, temu pa bodo nato sledile tudi druge banke, članice sistema Activa. Poleg Active imamo v Sloveniji še dva izdajatelja pametnih plačilnih kartic. To sta Mercator, s plačilno kartico Pika, in Petrol z Magno (Prva pametna kartica je Activa-MasterCard, 2004).

Po ocenah strokovne javnosti naj bi magnetne kartice v zahodni Evropi popolnoma zamenjali s pametnimi do konca leta 2007. Visa ocenjuje, da bodo do konca leta 2005 uspeli zamenjati tri četrtine svojih obstoječih kartic, izdanih v Evropi, s pametnimi karticami. Za preostali del sveta je težko napovedovati, kako hitro se bodo prilagodili novim tehnološkim smernicam, vendar mislim, da bomo še najmanj desetletje srečevali t.i. hibridne kartice, ki bodo mednarodne in na katerih bo poleg čipa tudi magnetni trak. (Datamonitor, 2004)

Lahko rečemo, da so pametne kartice tehnološko dozorele, njihova prihodnost pa je odvisna od software zasnove, ekonomičnosti, odziva uporabnikov in drugih političnih in osebnih pomislekov.

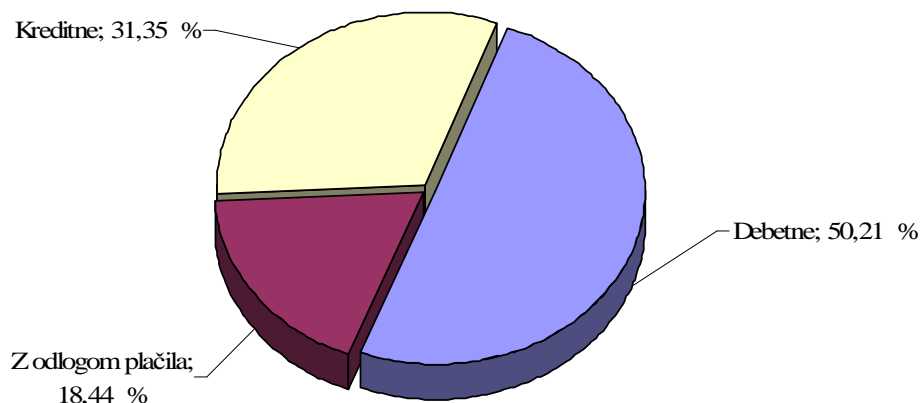
4. PREGLED PLAČILNIH KARTIC PRI NAS IN V NEKATERIH EVROPSKIH DRŽAVAH

4.1. Tržni deleži po vrsti kartice

Kot je razvidno iz spodnje slike (Slika 7), predstavljajo debetne kartice v 14 državah EU 50,25% delež med vsemi plačilnimi karticami, če tem dodamo še države, kot so: Nizozemska, Švedska, Švica in pa Turčija, se ta delež poveča na 52,70 %. V enakem obdobju je bil delež debetnih kartic v ZDA 29 %.

Na ameriškem trgu plačilnih kartic, imajo prevladujočo vlogo predvsem kreditne in pa kartice z odlogom plačila. Debetne kartice so se v ZDA pričele uporabljati šele leta 1990.

Slika 7: Delež plačilnih kartic v obravnavanih 14 državah EU po vrsti kartice, 2002



Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Število plačilnih kartic v obravnavanih 14 državah se je povečalo z 458 milijonov ob koncu leta 2000 na 524 milijonov v letu 2002, kar pomeni 14,47 % rast v obdobju.

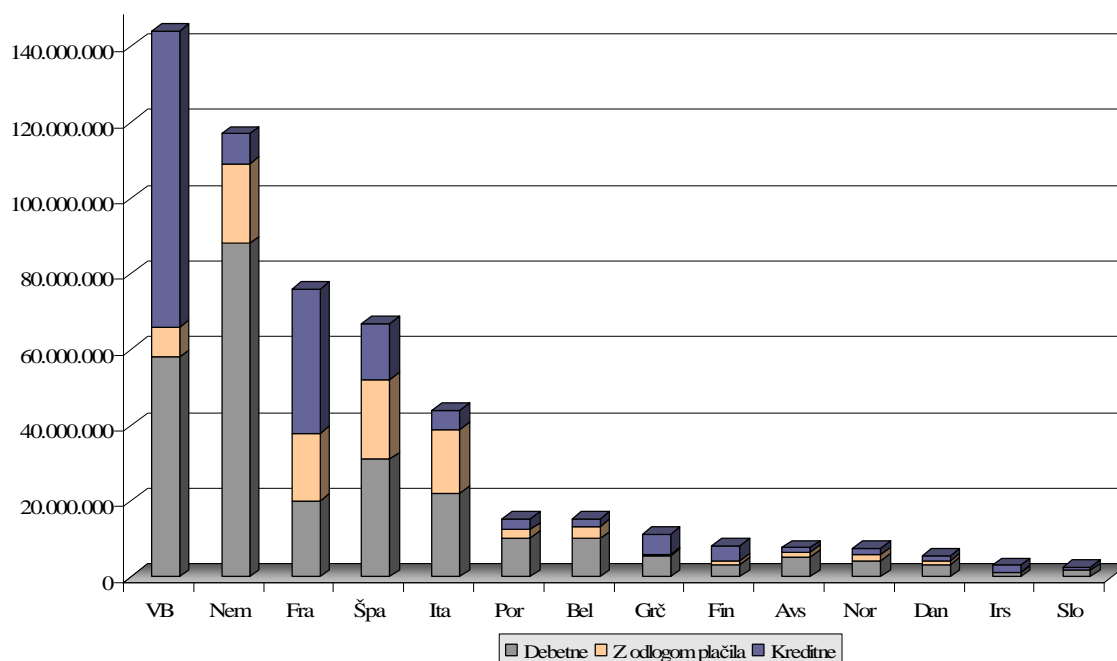
4.2. Razlike na trgu plačilne kartice med posameznimi državami

Struktura trga kartice se močno razlikuje od države do države. Ta je nazorno vidna v spodnji sliki (Slika 8), še posebej med velikimi in malimi državami. Velika Britanija, kot država z največjim trgom kartic, 145,6 milijona (2002), ima skoraj 60-krat več izdanih plačilnih kartic kot Slovenija, ki ima med zajetimi državami najmanjše število izdanih kartic, približno 2,5 milijona.

V večini držav, ki so zajete v tej analizi, prevladujejo debetne kartice. V 5 izmed 14 držav Nemčiji, Avstriji Sloveniji, Portugalski in Belgiji - je delež debetnih kartic večji od 65 %. Samo v Nemčiji je izdanih skoraj 90 milijonov debetnih kartic. Poleg že omenjenih držav imata večji delež debetnih kartic kot 65 % tudi Nizozemska in Turčija, ki pa nista med 14, zajetimi v analizi, ker zanju nisem uspel zbrati vseh podatkov.

V Veliki Britaniji, Franciji, Irski in na Finskem je slika nekoliko drugačna, saj prevladujejo kreditne kartice, kar je posledica močnega privatnega sektorja. Za Veliko Britanijo je značilno, da ima veliko število gospodinjstev poleg debetne tudi več kreditnih kartic ali pa tiste z odloženim plačilom. Na Irskem je eden izmed razlogov za prevlado kreditnih kartic tudi ta, da so pričeli izdajati debetne kartice šele leta 1996, kar je sorazmerno pozno.

Slika 8: Število plačilnih kartic po državi in vrsti kartice, 2002.



Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Primerjajmo dva največja trga v EU, Veliko Britanijo in Nemčijo. Za Veliko Britanijo lahko rečemo, da je njihov trg plačilnih kartic v nekem ravnovesju, saj glavnino predstavljajo kreditne in pa debetne kartice. V Nemčiji pa je stanje popolnoma drugačno. Močno prevladujejo debetne kartice, kar je moč pripisati konzervativnemu obnašanju potrošnikov in vplivu Mastercardovega sistema. MasterCard ima v Nemčiji izredno dominantno pozicijo s kar 90,6 % tržnim deležem na račun svojega programa debetnih kartic Maestro, ki ga dobro poznamo tudi v Sloveniji.

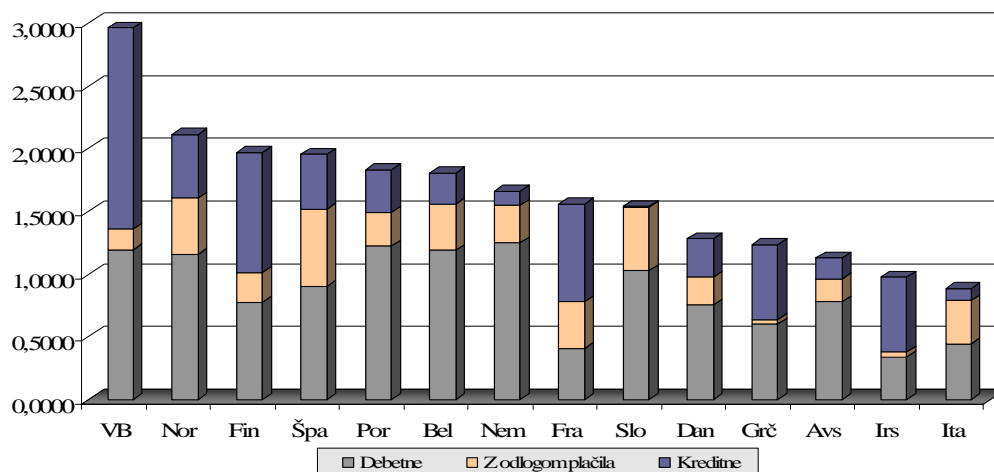
V zadnjih dveh letih je tudi v Nemčiji prišlo do večjega porasta kreditnih kartic in kartic z odlogom plačil, predvsem na račun drugih nebančnih izdajateljev, ki vidijo v nemškem trgu še neizkoriščen potencial za revolving produkte. Revolving produkti so dosti bolj donosni od debetnih in tistih z odloženim plačilom, zato se jih izdajatelji vedno bolj poslužujejo.

4.3. Število kartic na odraslo osebo

Normalno je, da imajo večje države več prebivalcev in s tem posledično tudi več potencialnih imetnikov plačilnih kartic, vendar to še ne pomeni, da je trg plačilnih kartic zaradi tega bolj razvit ali pa da imajo na večjih trgih potrošniki tudi več kartic.

Število kartic, ki jih pri sebi nosi vsak potrošnik, je odvisno predvsem od razvitosti samega trga plačilne kartice. V državah, kjer plačevanje s plastiko je ali pa postaja najpogostejše plačilno sredstvo, s katerim lahko plačate prav vse in povsod, kjer lahko izbirate med številnimi različnimi izdajatelji in njihovimi produkti, ki so zanimivi in privlačni za potrošnika, so trgi, za katere lahko rečemo, da so razviti.

Slika 9: Povprečno število kartic na odraslo osebo, 2002



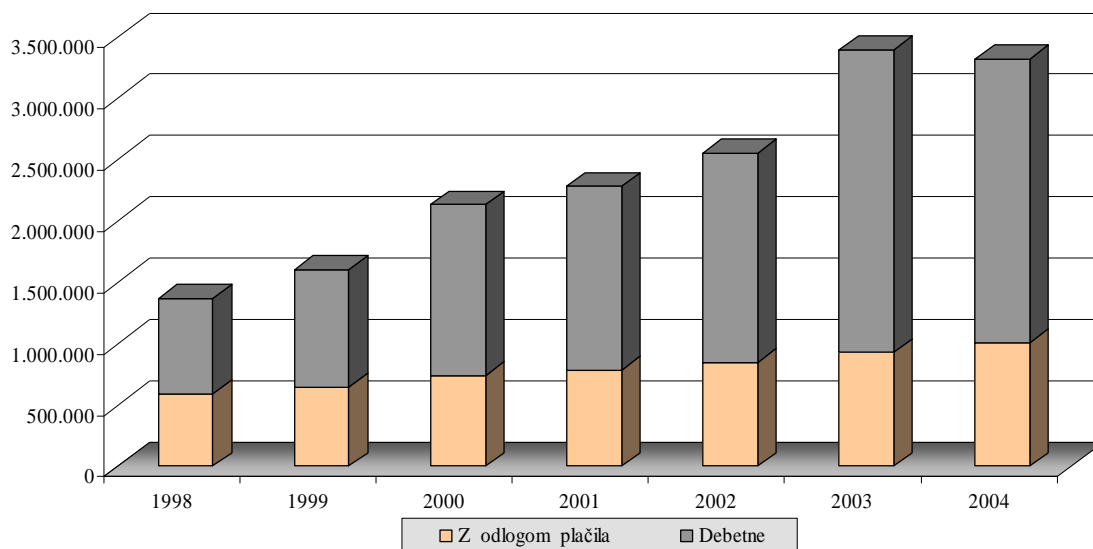
Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Med najrazvitejše trge 14 držav (zajetih v analizi) sodijo Velika Britanija, kjer naj bi v povprečju imela vsaka odrasla oseba skoraj tri plačilne kartice; Norveška, Finska, Španija, Portugalska ter Belgija po dve kartici in Nemčija, Francija ter Slovenija, po eno in pol kartico. Poleg prvih štirih omenjenih držav sodijo med razvitejše trge v svetu še ZDA, Švedska in Nizozemska.

4.4. Slovenija

Če si nekoliko natančneje pogledamo, kaj se je dogajalo z rastjo in strukturo plačilne kartice pri nas, lahko vidimo (Slika 10), da število plačilnih kartic raste iz leta v leto, razen v obdobju 2003–2004, ko zabeležimo 2,16 % zmanjšanje števila kartic (-73.337) .

Slika10: Število plačilnih kartic v Sloveniji za obdobje 1998-2004

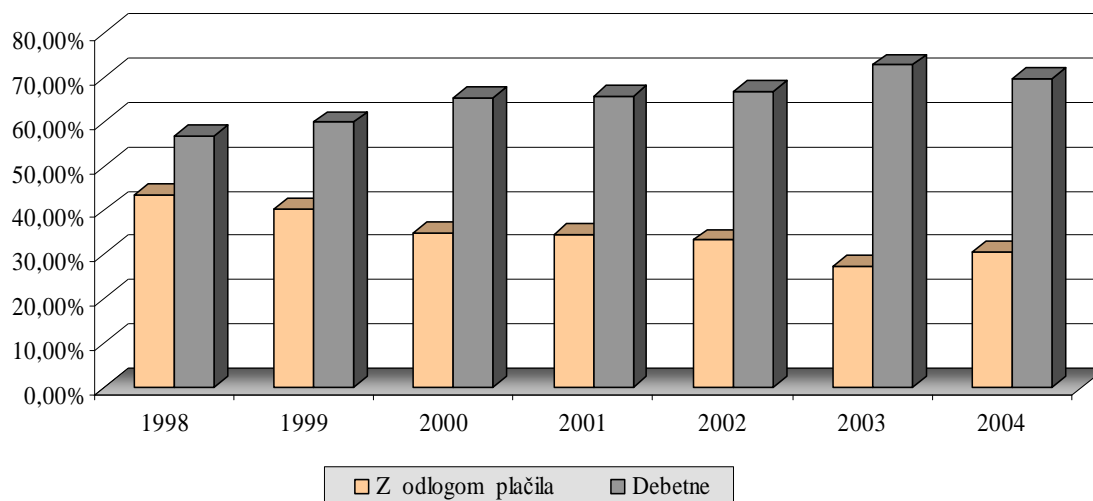


Vir: Banka Slovenije, 2005.

Na strani strukture kartice je dobro vidna rast debetne kartice glede na kartico z odloženim plačilom, kar je popolnoma normalen pojav, če upoštevamo, da danes, s tem ko odpremo bančni račun pri katerikoli banki, dobimo tudi kartico za dostop do transakcijskega računa, ki pa ima hkrati tudi funkcijo plačilne-debetne kartice.

Banka Slovenije, ki vodi statistiko plačilnih kartic, v njej ne loči med kreditnimi in pa karticami z odlogom plačila. Ker imamo po podatkih, ki sem jih uspel zbrati, pri nas predvsem kartice z odloženim plačilom, sem se zaradi lažje primerjave odločil, da kreditne kartice dodam karticam z odloženim plačilom. Natanko koliko kreditnih kartic imamo v Sloveniji, ne vem, saj do pred kratkim teh programov sploh ni bilo na trgu.

Slika 11: Delež plačilnih kartic v Sloveniji za obdobje 1998-2004



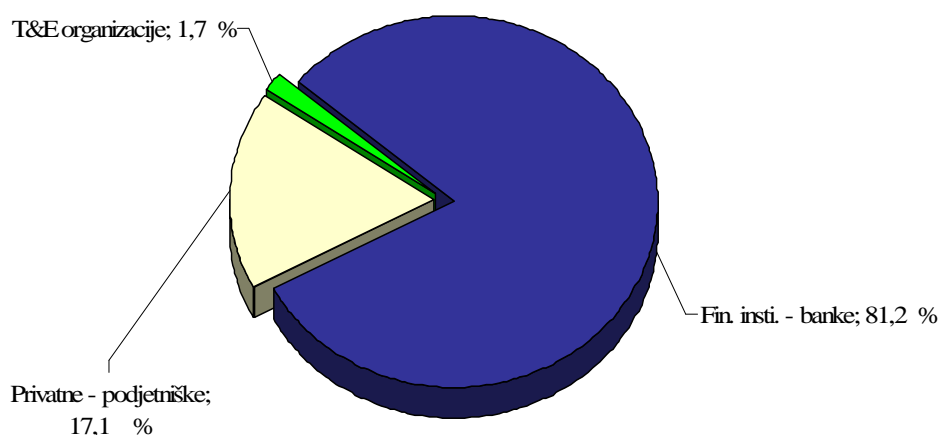
Vir: Banka Slovenije, 2005.

Slovenskemu trgu je bila kot prva kreditna kartica leta 1996 ponujena Karanta, z imenom posojilna Karanta. Danes imamo poleg posojilne Karante tudi kreditno Viso, kreditni Eurocard/Mastercard, kreditni Dnevnik American Express in kreditni Diners Club – revolving. Ker gre za dokaj nove produkte na slovenskem trgu in ker se Slovenci s previdnostjo odločamo za tovrstne produkte, ocenjujem, da kreditne kartice med vsemi plačilnimi karticami v Sloveniji še ne predstavljajo več kot 3% tržni delež. Če bomo sledili svetovnim trendom in bomo imeli ugodne kreditne programe kartic (potrošniška posojila), lahko pričakujemo, da se bo njihov delež kmalu močno povečal.

4.5. Izdajatelji plačilnih kartic

Največji izdajatelji plačilnih kartic med obravnavanimi 14 državami so finančne institucije, ki so izdale kar 81 % kartic v letu 2002, kar je za eno odstotno točko več kot dve leti poprej. To je rezultat prednosti bank pred ostalimi izdajatelji, ker ponavadi vsakemu, ki pri banki odpre transakcijski račun, banka avtomatično izda tudi debetno kartico. Seveda pa banke izdajajo tudi druge kreditne kartice in kartice z odlogom plačila, bodisi licenčne ali pa svoje. Ena izmed pomembnih prednostih, ki jih imajo banke pred drugimi izdajatelji, je tudi ta, da imajo prek svojih komitentov veliko bazo podatkov, na podlagi katerih se lahko odločajo, kakšne kartice ponuditi posameznemu komitentu.

Slika 12: Delež plačilnih kartic glede na vrsto izdajatelja



Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Nekaj več kot ena šestina deleža plačilnih kartic pripada nefinančnim privatnim izdajateljem s svojim programom plačilnih kartic, ki so predvsem močni na lokalnem trgu. 2% tržni delež zavzemajo tako imenovane T&E plačilne kartice, ki so namenjene potovanjem in zabavi.

Finančni izdajatelji

Med finančnimi institucijami je bilo samo v Veliki Britaniji izdanih približno 120 milijonov bančnih kartic, v Nemčiji nekaj več kot 100 milijonov in v preostalih državah, kot so Francija, Španija in Italija, skupaj okrog 35 milijonov kartic. Če to seštejemo, lahko ugotovimo, da predstavlja skoraj 50 % vseh izdanih kartic v obravnavanih 14 državah EU.

V Sloveniji so imele banke v letu 2002 kot finančni izdajatelj 84,78% tržni delež, v letu 2004 pa je ta zrasel na 85,30 %. Za Slovenijo veljajo enaki vzroki za tako velik tržni delež kot v že prej omenjenih 14 državah EU.

Privatni izdajatelji

Med privatnimi izdajatelji se stanje razlikuje od države do države. Francija, Velika Britanija in Španija predstavljajo 68 % vseh tovrstnih izdanih kartic v obravnavanih 14 državah.

Če si ta trg pogledamo nekoliko podrobneje, lahko rečemo, da imajo na notranjih trgih v skandinavskih državah te kartice večje tržne deleže kot v Veliki Britaniji in Španiji. Več kot 25% delež v skandinavskih državah je moč pripisati posameznim izdajateljem, za katerimi stojijo banke, ali pa naftne družbe, ki imajo v mnogih državah močno vlogo, še posebej na strani poslovnih kartic.

V Sloveniji imamo nekaj tovrstnih izdajateljev, za katere lahko rečem, da igrajo vedno močnejšo vlogo na področju izdajanja domačih plačilnih kartic. Nekatera izmed njih so Mercator, Petrol, Maximarket... Na podlagi zbranih podatkov za Slovenijo ocenjujem njihov tržni delež v letu 2002 na približno 9,5 %, v letu 2004 pa okrog 11 %.

T&E kartice

Na področju T&E kartic vodijo predvsem American Express, Diners Club in JCB kartice, ki počasi, a konstantno pridobivajo na svojem članstvu. Pri American Expressu so se odločili za izdajo »Blue« kreditne kartice v nekaterih državah EU, s katero želijo poseči po višjem potrošniškem razredu. Istočasno so se odločili za strateške povezave z nekaterimi bankami, da bi na ta način pospešili širitev svojega članstva.

Tudi pri Diners Clubu ni šlo brez sprememb. Leta 1998 je podjetje GTP Holdings s sedežem v Rimu, ki se ukvarja z luksuznim blagom in storitvami, pridobilo pravico upravljanja z devetimi Diners Club franšizami v Evropi. Tako so pridobili pravice za Italijo, Belgijo, Francijo, Nemčijo, Irsko, Luxemburg, Nizozemsko, Švico in leta 2000 še Veliko Britanijo. Preostale Evropske franšize pa so v rokah Citibanke in Diners Cluba Adriatic. Medtem ko so pri GTP Holdingsu v Italiji v zadnjih štirih letih podvojili število članstva, so jih na drugih trgih v letih 2001 in 2002 nekaj izgubili. Franšize, ki so pod vodstvom Citibanke in Diners Cluba Adriatic, v zadnjem času pridobivajo članstvo predvsem na račun revolving programov in povečanja števila prodajnih mest. Kot zanimivost lahko na tem mestu omenim dogovor, ki je bil sklenjen med MasterCardom in Diners Clubom, da se bo v bodoče lahko z Diners Club karticami plačevalo na vseh prodajnih mestih MasterCarda v ZDA.

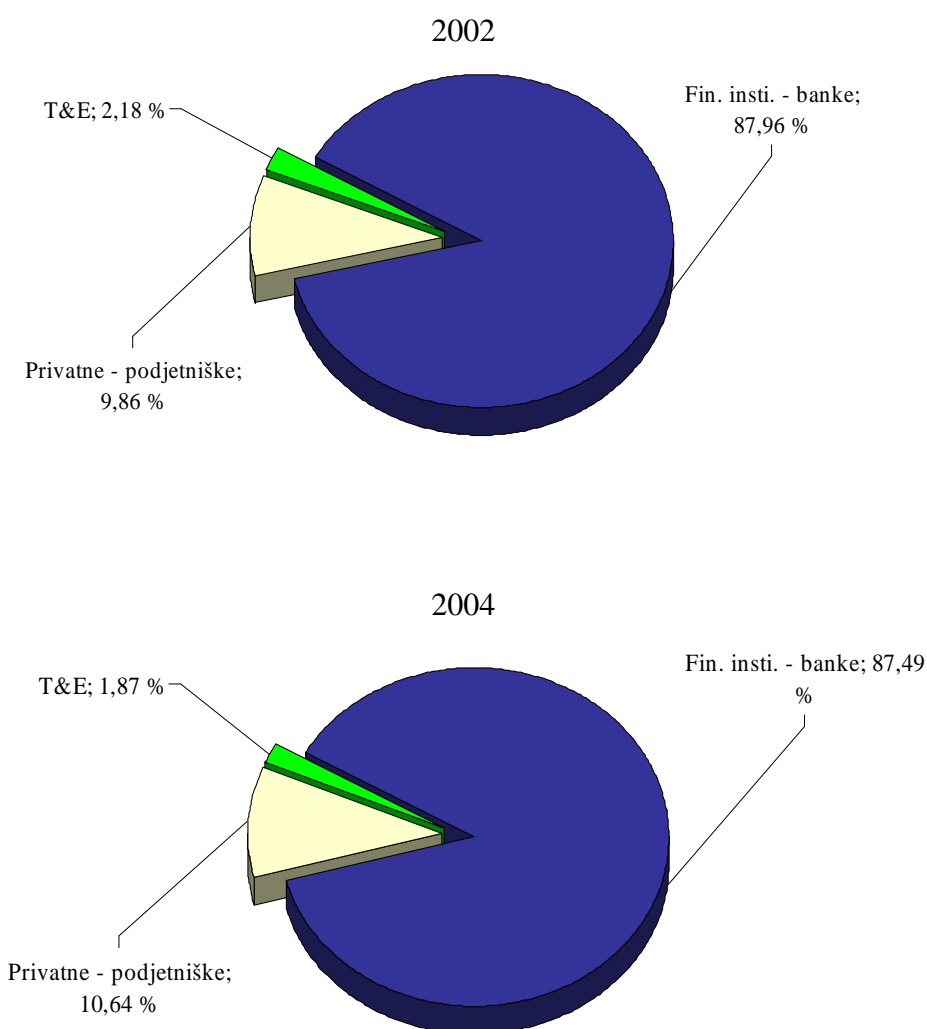
V letu 2002 je bilo v obtoku približno 10.000 kartic japonskega izdajatelja JCB, ki jih v Evropi izdajajo predvsem v Veliki Britaniji (JCB International Europe), Španiji (La Caixa) in nekaj malega v ostalih evropskih državah.

Iz zbranih podatkov lahko sklepam, da imajo nebančni izdajatelji veliko večji vpliv na razvitih kartičnih trgih kot na nerazvitih trgih. Za primer lahko pogledamo skandinavske

dežele in Francijo, kjer nebančni izdajatelji dosegajo tržne deleže vse do 45 %, v najslabše razvitih državah v letu 2002, kot sta Grčija in Turčija, pa nebančni izdajatelji dosegajo le 2 do 7% tržni delež, in še to na račun T&E izdajateljev.

Za Slovenijo lahko domnevam, da se bo kljub temu, da imajo trenutno bančni izdajatelji približno 87,5% tržni delež, ta v prihodnosti zmanjšal predvsem zaradi zanimivih programov ne-bančnih izdajateljev, še posebej če se bodo ti znali med seboj povezati in ponuditi potrošniku nekaj, česar jim banke ne morejo.

Slika 13: Delež plačilnih kartic glede na vrsto izdajatelja v Sloveniji za leto 2002 in 2004.



Vir: Banka Slovenije, 2005.

4.6. Cenovna raznolikost

Raznolikost Evropskega kartičnega trga je vidna tudi na področju članarin, ki jih izdajatelji zaračunavajo svojim članom. V devetih izmed 14 držav je domača kartica (v večini držav debetna) brezplačna, v preostalih petih pa je njihova letna članarina odvisna od bonitet, ki jih posamezna kartica nudi. V dveh državah, Franciji in Norveški, imajo tako debetne kot kreditne nacionalne kartice, kjer letna članarina v obeh primerih presega 5 €. V večini izmed obravnavanih držav so nacionalne programe nadgradili z eno izmed mednarodnih shem, kot sta Maestro in Visa Electron, ter to nadgradnjo izkoristili kot opravičilo, da zaračunavajo članarino. Na razvitejših trgih, kjer je konkurenca večja in kjer *pridobiteljstvo* in procesiranje podatkov ni v rokah medbančnih združenj, imajo nižje cene kartičnih storitev.

Pri višje pozicioniranih karticah se cena članarine giblje med 40 in 100 €. Članarine obeh ponudnikov T&E kartic so navadno višje od članarin standardnih kartic bančnih izdajateljev, vendar je v zadnjem obdobju v večini državah moč zaslediti njihovo upadanje. Članarina zlate American Express kartice je v vseh obravnavanih državah višja od zlate MasterCardove in Visine kartice.

Velike razlike so opazne tudi na področju obrestnih mer, ki jih izdajatelji zaračunavajo pri kreditnih produktih. Te so odvisne od dejavnikov, kot so cena za dana posojila na domačem trgu, razvitost kartičnega trga in stopnja konkurenčnosti trga. Zanimivo je to, da pri nekaterih izdajateljih menijo, da potrošniki niso občutljivi na višino obrestne mere, vendar moje mnenje je, da to ni ravno najboljše za pridobivanje novega članstva. V Veliki Britaniji in ZDA so se izdajatelji, zato da pridobijo čim več novih članov, odločili za sistem vstopnih obrestnih mer, ki so določen čas nižje, kot so nato prvotne. Raziskave so pokazale, da po končanem obdobju "nižje obrestne mere", polovica članov preneha koristiti kartico in si poišče novega izdajatelja, pri katerem bo ponovno dobil kartico z nižjo začetno obrestno mero za dana posojila.

Na razvitih trgih smo pogosto priča brezplačnim članarinam in pa izredno nizkim cenam kreditiranja, predvsem s strani novih organizacij, ki vstopajo na trg kreditne kartice; kar sili obstoječe, tudi tiste največje, da budno spremljajo konkurenco in se odzivajo na njihove poteze. Verjetno lahko v prihodnosti na trgu plačilne kartice pričakujemo različne cenovne modele, kjer bodo izdajatelji poskušali na različne načine zaslužiti več.

Slika 14: Povprečne članarine in obrestne mere pri kreditnih produktih v EUR, 2002

	Nacionalna debetna k.	MasterCard			Visa			Najpogostejša obrestna mera
		Debetna k.	Standardna k.	Premium k.	Debetna k.	Standardna k.	Premium k.	
Avstrija	0	0	18	55	N/P	18	55	14%
Belgija	6	9	20	40	N/P	20	40	14%
Danska	0	N/P	47	148	20	N/P	N/P	18%
Finska	0	N/P	52	72	5	16	75	11%
Francija	25/33 ¹	28	41	110	27	39	115	14%
Nemčija	0	0	20	66	0	20	66	13%
Grčija	0	0	26	79	0	26	56	15%
Irska³	0	0	0	0	0	0	0	17%
Italija	0	13	26	103	13	26	103	18%
Norveška	17	24	48	82	31	38	82	19%
Portugalska	2,5	5	20	70	5	20	60	23%
Slovenija*	0	0	15	55	0	14	50	12%
Španija	3	7	15	50	7	15	50	15%
Velika Britanija	0	0	0 ²	0 ²	0	0 ²	0 ²	16%

Opombe: 1 Prvo število predstavlja letno članarino za nacionalno debetno kartico drugo število pa članarino za nacionalno kartico z odloženim plačilom.

2 Za Veliko Britanijo je značilno da so kreditne kartice brez članarine imajo pa nekaj kartic z odlogom plačila, ki so v manjšini.

3 Na Irskem so načeloma nacionalne kartice brez članarine, vendar morajo vsi imetniki kartice za vsako kartico plačati neko takso.

4 * - Za Slovenijo so zbrani podatki za leto 2004 (Podatkov za nazaj ni bilo možno dobiti.)

Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005; Publikacije posamičnih izdajateljev kartic, 2005.

4.7. Transakcije s plačilnimi karticami

V letu 2002 je bilo s plačilnimi karticami narejeno 16,878 milijard nakupov v obravnavanih 14 državah EU. V letu 2002 je bilo narejenih za 3,376 milijard več transakcij kot leta 2000, kar pomeni povečanje števila transakcij za 25 % v dveh letih.

V 14 državah EU so tri transakcije izmed petih narejene z eno izmed debetnih kartic. Debetne kartice imajo med vsemi izdanimi karticami 50,21% delež, pri številu opravljenih transakcij s plačilno kartico pa kar 61% tržni delež. Kljub temu da se je njihov delež med izdanimi karticami v obdobju 2000–2002 znižal, se je število transakcij, opravljenih z debetno kartico, v zadnjih dveh letih povečalo za 4 odstotne točke. Podoben trend je zaslediti tudi pri karticah z odloženim plačilom, ki dosežejo v letu 2002, 23% tržni delež,

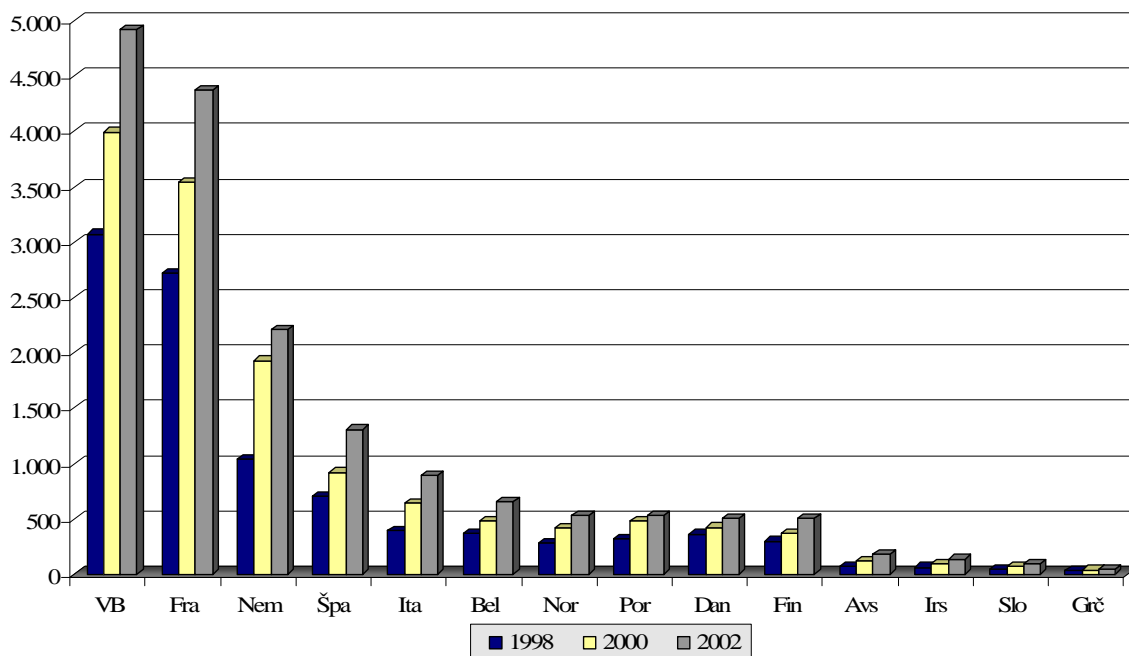
medtem ko med vsemi izdanimi karticami zajemajo 18,44% tržni delež. Uporaba kreditnih kartic je konstantna in predstavlja 16% tržni delež, medtem ko imajo med vsemi izdanimi plačilnimi karticami 31,35% tržni delež.

Med 14 državami je bilo 50,06 % transakcij v 2002 opravljenih s plačilnimi karticami, ki so bile izdane v Veliki Britaniji (4,921 mrd) in Franciji (4,372 mrd). Prek ene milijarde transakcij je bilo opravljenih tudi z nemškimi (2,207 mrd) in španskimi (1,307 mrd) karticami.

Če primerjamo vse obravnavane držav med seboj (SLIKA 15), lahko opazimo, da se stanje na prvih šestih mestih v obdobju 1998–2002 ni nič spremenilo. Spremembe so se dogajale med sedmim in enajstim mestom. Na zadnjih treh mestih pa prav tako ni prišlo do nikakršnih sprememb.

Slovenija je bila v letu 2002 na predzadnjem, 13. mestu, s približno 89 milijoni transakcij. Pri čemer je znašala rast transakcij v primerjavi z letom 2000 približno 32 %.

Slika 15: Število transakcij s plačilnimi karticami, za obdobje 1998 – 2002 (v 000.000)



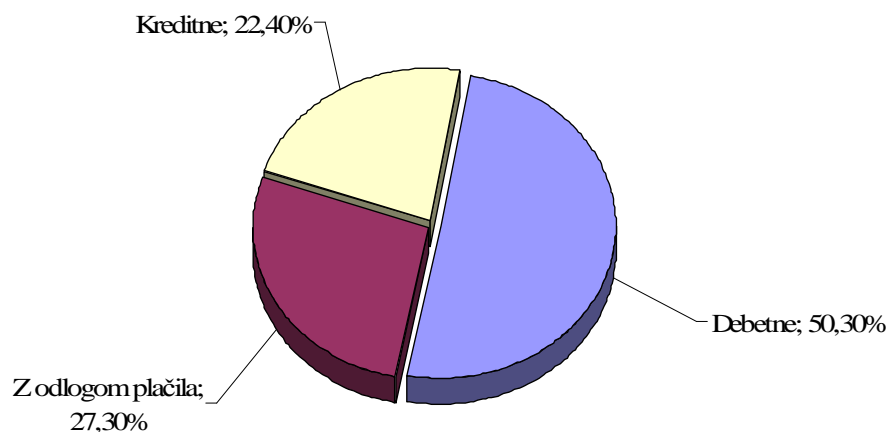
Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

4.8. Poraba po kartici

Poraba s plačilnimi karticami je v obravnavanih 14 državah v letu 2002 znašala 1.028 milijard €. Kljub temu da števično prevladujejo debetne in kreditne kartice, so bile kartice z odlogom plačila v povprečju uporabljene največkrat. Poleg tega, da so imele kartice z odlogom plačila najvišjo frekvenco uporabe, so imele tudi najvišjo povprečno potrošnjo po kartici. To še posebej velja za višji cenovni trg.

Če pogledamo celotno porabo, (Slika 16), lahko rečemo, da kartice z odloženim plačilom predstavljajo 27,30% delež vrednosti porabe s plačilnimi karticami (pri tem da imajo 18,44% delež med vsemi izdanimi karticami in 23% med opravljenimi transakcijami z vsemi karticami), kreditne kartice 22,40% delež (pri 31,35% deležu vseh izdanih kartic in 16% delež med opravljenimi transakcijami s plačilnimi karticami) in debetne 50,30% delež (pri 50,21% deležu vseh izdanih kartic in 61% delež med opravljenimi transakcijami s plačilnimi karticami). Debetne kartice se uporabljajo predvsem za nakupe nižje skupne vrednosti.

SLIKA 16: Vrednost plačil s plačilno kartico glede na vrsto kartice, 2002

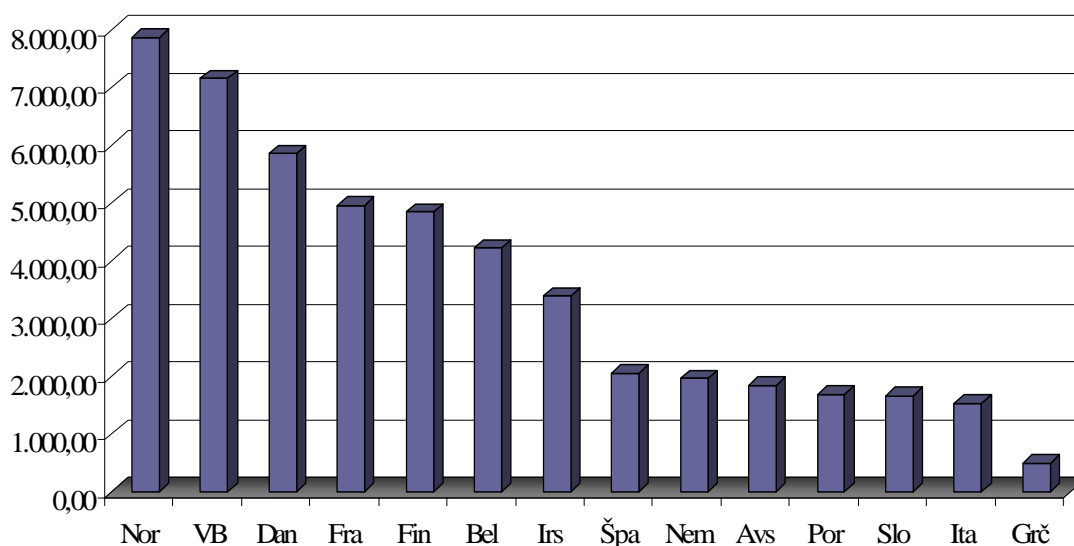


Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Frekvenca aktivnosti kartic se odraža tudi v porabi po kartici na odraslo osebo. Prvih pet držav, v katerih imajo porabo na odraslo osebo največjo, spada tudi med prvih šest držav, v katerih je frekvenca uporabe kartice najvišja. Povprečna letna poraba na odraslo osebo na

Norveškem in v Veliki Britaniji znaša nad 7.000 €. Za obe državi lahko rečemo, da sodita med najrazvitejše na področju plačilnih kartic. Plačevanje s plastiko se je že dodobra razširilo in postaja prevladujoč način plačevanja, istočasno pa imajo dobro razvito mrežo prodajnih mest, ki sprejemajo plačilne kartice. V nekaterih državah so finančne inštitucije povišale strošek uporabe čekov, zato da bi pospešili uporabo plačilnih kartic. Na nekaterih razvitejših kartičnih trgih, kot sta Španija in Nemčija, znaša povprečna poraba na odraslo osebo samo 2.000 €, medtem ko je evropsko povprečje okoli 3.106 €.

SLIKA 17: Povprečna poraba na odraslo osebo (€) po posameznih državah, 2002



Opomba: Odrasle osebe so vse osebe starejše od 15 leta.

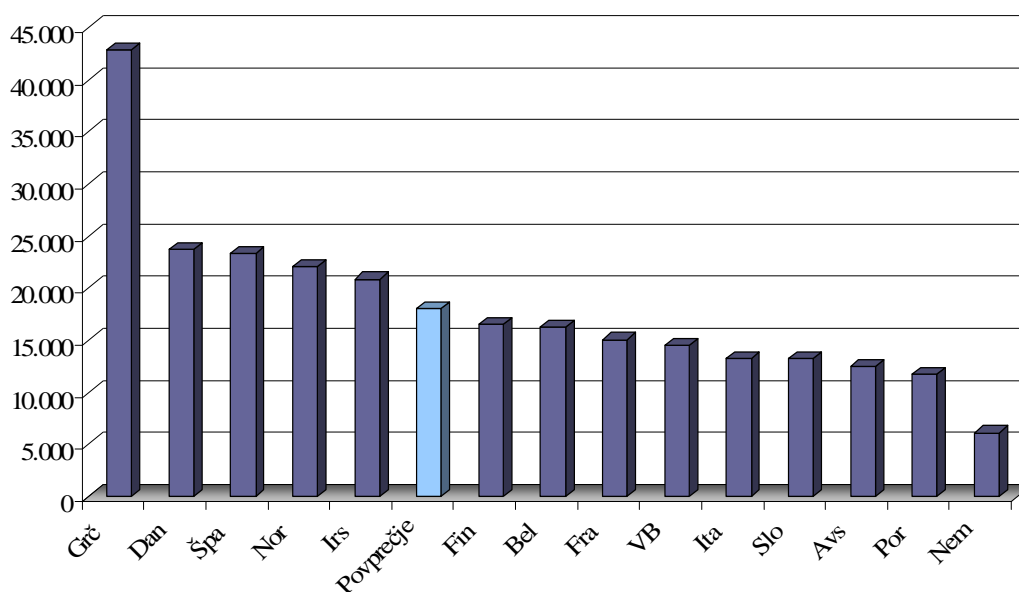
Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

4.9. Prodajna mesta

Stopnja sprejemljivosti plačilnih kartic se z leti povečuje za domače in mednarodne kartične sheme. Če primerjamo število vseh prodajnih mest s številom odraslih oseb v posamezni obravnavani državi, ugotovimo, da je v letu 2002 na milijon odraslih prebivalcev v povprečju 18.338 prodajnih mest, kar je za 7 % več kot leta 2000. Iz spodnje slike je razvidno, da je gostota prodajnih mest po državah zelo različna. Največ prodajnih

mest na milijon odraslih oseb imajo v Grčiji, 42.778, najmanj pa v Nemčiji, 6.103. Slovenija je s 13.222¹ prodajnimi mesti na milijon odraslih oseb v spodnji polovici 14 obravnavanih držav.

Slika 18: Število prodajnih mest na milijon odraslih oseb



Opomba: ¹ Za Slovenijo sem izdelal oceno na podlagi podatkov Banke Slovenije in poročil nekaterih kartičnih shem. Oceno je bilo potrebno napraviti zato, ker se število prodajnih mest v poročilih BS iz kvartala v kvartal nerealno spreminja. Po besedah predstavnika Banke Slovenije je to zato, ker določena podjetja in banke, ki so zavezane k rednemu poročanju, te dolžnosti ne opravljajo vedno tako, kot bi morale.

Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

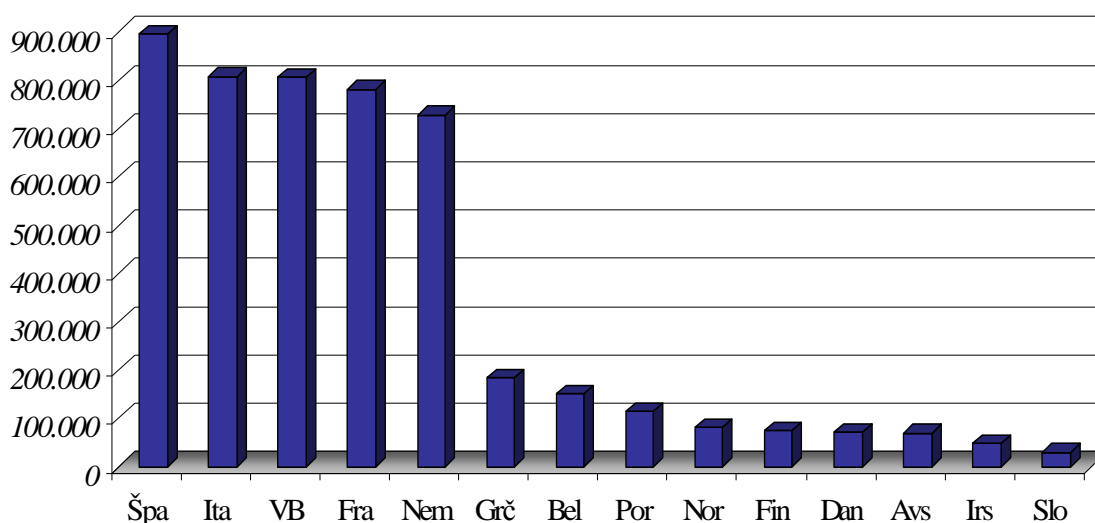
4.10. POS terminali

Število POS terminalov se je v zadnjem obdobju v evropskih državah močno povečalo, vendar je še kar nekaj držav, ki močno odstopajo od povprečja. Španija, Italija, Velika Britanija in Francija sodijo med države z največ POS terminali v Evropi. Število POS terminalov je povezano z ogromnimi finančnimi sredstvi, kar je eden izmed razlogov za njihovo počasno implementacijo. Drugi razlog je morda ta, da mnogi čakajo na povečanje uporabe EMV kartic (pametne kartice). POS terminali za EMV kartice so drugačni od dosedanjih klasičnih, ker imajo poleg čitalca magnetnega traku še čitalec za čip.

Za nekatere države je značilno, da posamezna prodajna mesta sklepajo pogodbe z veči *pridobitelji*, uporabljajo pa samo ene POS terminale. Ostali so neaktivirani. V obdobju 2000–2002 se je število POS terminalov najbolj povečalo v Grčiji, Avstriji in Italiji, in sicer v povprečju za 66 %.

Gostota POS terminalov v Evropi se je v obdobju 2000–2002 v povečala za 19 % v primerjavi s številom prodajnih mest, ki se je povečalo za 7 %. Število ročnih imprinterjev naj bi se po zagotovilih *pridobiteljev* v večini evropskih državah znižalo na minimum. Obdržali naj bi jih samo še na prodajnih mestih, kjer zaradi premajhne frekvence nakupov s plačilnimi karticami menjava za POS terminale trenutno ni smotrna.

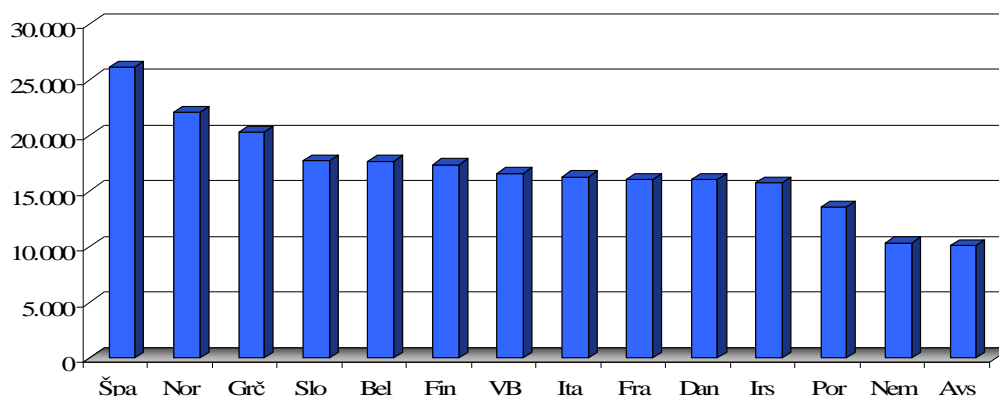
Slika 19: Število POS terminalov po državah, 2002



Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Na zgornji sliki (Slika 19) si lahko ogledamo, kakšno je stanje števila POS terminalov v 14 evropskih državah. Menim pa, da je potrebno upoštevati tudi stališča, koliko POS terminalov je na potencialnega uporabnika (Slika 20).

Slika 20: Število POS terminalov na milijon odraslih oseb

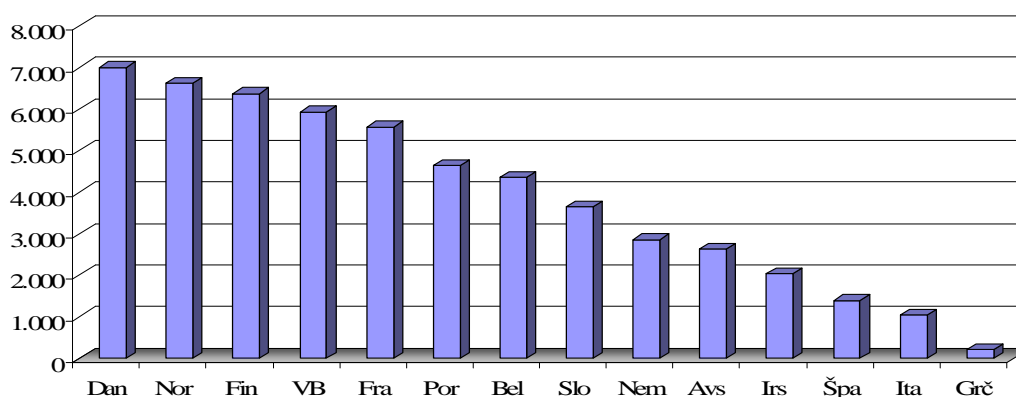


Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

Če primerjamo število plačil na POS terminalih s številom POS terminalov, dobimo zanimivo sliko (Slika 21). Španija in Italija, ki imata največje število POS terminalov med 14 obravnavanimi državami, imata zato tudi najmanjše število plačil na POS terminal. Poleg že omenjenega razloga je vzrok za tako stanje tudi to, da se v teh državah še zmeraj pretežno plačuje z drugimi plačilnimi sredstvi in ne z plačilnimi karticami, kot je v navadi v državah z visoko stopnjo razvitosti trga plačilnih kartic.

Po številu transakcij na POS terminal so v ospredju skandinavske države, Velika Britanija in Francija. Slovenija je s 3.643 plačili malenkost pod evropskim povprečjem, ki znaša 3.877 plačil na POS terminal v letu 2002.

Slika 21: Število plačil na POS terminal, 2002

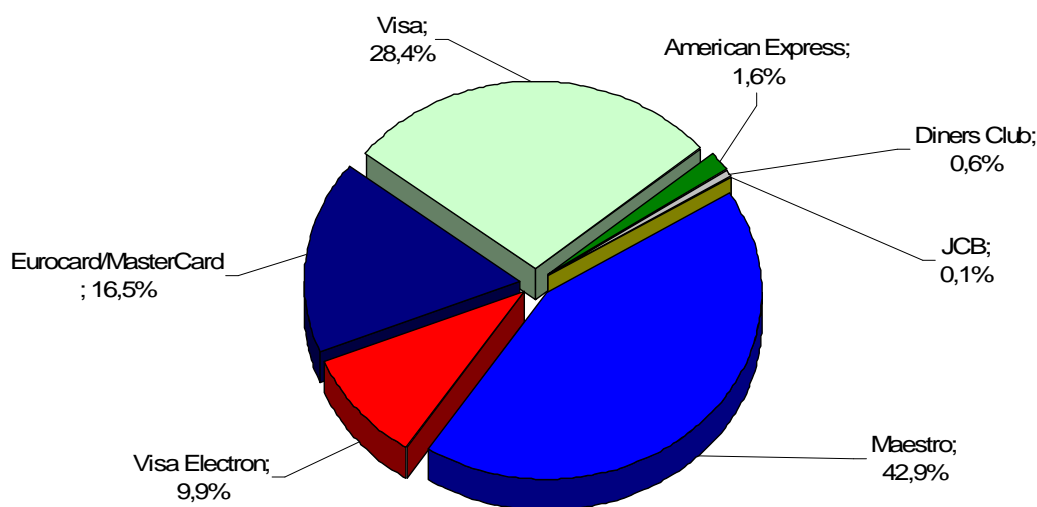


Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

4.11. Konkurenčni boj mednarodnih kartičnih organizacij

Število izdanih kartic v Evropi predstavlja skoraj četrtino vseh izdanih mednarodnih plačilnih kartic po svetu. Po podatkih mednarodnih kartičnih organizacij naj bi bilo v Evropi izdanih prek 525,5 milijona mednarodnih kartic. Od teh je več kot polovica debetnih, ki pripadajo bodisi MasterCardu (Maestro) ali pa Visini (Electron) shemi. Slika 16 nam kaže tržne deleže, ki jih posamezne kartične sheme zasedajo v Evropi.

Slika 22: Tržni deleži posameznih tipov kartic in njihovih izdajateljskih shem, 2002



Vir: Euromonitor, 2005; Posamezne centralne banke, 2005.

4.12. Raznolikost evropskega trga plačilnih kartic

Med 14 državami, ki jih obravnavam v analizi trga plačilnih kartic v Evropi, lahko opazimo velike razlike v razvitosti potrebne infrastrukture, številu imetnikov kartic in splošni uporabi kartic. Skupno za vse države je, da se uporaba tovrstnega načina plačevanja povečuje iz leta v leto, s tem pa tudi kompleksnost samega kartičnega sistema. Napredek ni viden samo na področju razvijanja novih kartičnih produktov, temveč tudi v povečanju števila transakcij in izpopolnitvi procesne infrastrukture in ostale potrebne tehnologije.

Kljub temu da je v nekaterih državah plačevanje s kartico postal prevladujoč način plačevanja, lahko na drugi strani ugotovimo, da je med obravnavanimi državami še kar nekaj takih, kjer sta prevladujoče plačilno sredstvo denar ali ček.

Raznolikost posameznih trgov plačilne kartice gre verjetno pripisati preteklim in današnjim sistemom prenosa denarja, stopnji uporabe bančnih računov, načinu varčevanja, stopnji razvitosti ostalih negotovinskih denarnih transferjev in razvitosti potrošniškega kreditiranja. Lahko rečem, da v obravnavanih državah ni nekega enotnega vzorca, po katerem bi se lahko ravnali pri izdaji plačilnih kartic. Trgi so si zelo različni po tehnološki razvitosti in po preferencah samih potrošnikov.

SKLEP

Trg plačilnih kartic se razvija razmeroma hitro po številu imetnikov kartic in njihovi uporabi. Stopnja njegove razvitosti je med posameznimi državami sveta zelo različna. V najrazvitejših državah, kot so države EU, ZDA in nekatere azijske države, plačilne kartice že nekaj časa predstavljajo enega pomembnejših načinov brezgotovinskega plačevanja. V svoji petinpetdesetletni zgodovini se je trg plačilne kartice razvil v eno najdonosnejših panog, v kateri je boj med konkurenti vedno trši.

Izdajatelji si z različnimi novimi produkti prizadevajo pridobiti čim večje število novih članov, obenem pa se trudijo zadržati stare. V zadnjem času lahko med izdajatelji plačilnih kartic opazimo trend razvoja različnih lojalnostnih programov. Ti tako imenovani lojalnostni programi ali programi zvestobe kupcev napeljujejo potrošnike k vedno večji porabi na določenih prodajnih mestih, za kar so tudi nagrajeni. Dandanes so zlate in platinaste kartice že povsem običajne, zato so se izdajatelji naposled odločili za izdajo črnih kartic, ki naj bi bile namenjene članom z najvišjimi osebnimi dohodki (nad 15.000 €) in najvišjo porabo.

Poleg prestiža in zvestobe si izdajatelji plačilnih kartic v zadnjem času prizadevajo, še posebej v Veliki Britaniji in Franciji, pridobiti tudi člane, ki ne zmorejo večjega mesečnega plačila računa kot 50-100 €. Za pridobitev novih članov, tudi tistih z najnižjo porabo, so razvili vrsto novih produktov, kot so različne vrste revolvingov s fiksno ali spremenljivo obrestno mero kot fiksnim ali spremenljivim mesečnim obrokom plačila dolga. Poleg že omenjenih produktov uporabljajo različne akcijske ponudbe, kot so promocijske pristopne ponudbe ("Introductory offers") za imetnike revolving kartic. V njih ponudijo prenos neodplačanega revolving kredita od enega izdajatelja na drugega po

izredno nizki obrestni meri ali prvih šest mesecev celo brezobrestno. Možnost prenosa revolving dolga in nizke obrestne mere na preneseni dolg so povzročile množično prenašanje revolving dolgov vsakih šest mesecev od izdajatelja do izdajatelja.

Zaradi vedno večjega števila zlorab in prevar s plačilnimi karticami si kartična industrija v zadnjem času še posebej prizadeva zamenjati obstoječe kartice z magnetnim zapisom s pametnimi karticami. Seveda pa ni vse samo zamenjava kartic, temveč je potrebno prilagoditi tudi vso potrebno infrastrukturo za delovanje sistema pametnih kartic, kar pa je povezano z visokimi investicijskimi sredstvi. Zato lahko pričakujemo, da se bo ta proces globalno zaključil v naslednjih desetih, petnajstih letih.

Z razvojem pametnih kartic smo dobili tudi prve elektronske denarnice, ki so na nekaterih kartičnih trgih že uspešno prestale prve pilotske izdaje. Poleg elektronskih denarnic so tu tudi poskusi, da bi kartico nadomestili z biometričnimi podatki. V ZDA že imajo prodajna mesta, ki so opremljena s čitalci prstnih odtisov in pa očesnih roženic.

Tako lahko še naprej pričakujemo oster konkurenčni boj med izdajatelji in procesnimi centri ter pridobitelji. Kaj nam bosta prinesla čas in tehnologija, verjetno ne ve nihče, a upam si trditi, da se bodo besede Johna G McCoya iz leta 1973 kmalu uresničile.

Everybody has talked about the checkless, cashless society. They said it would be here 10 years from now. We think it's here today.

(Vsi so govorili o brezčekovni in brezgotovinski družbi. Govorili so, da bo ta tu čez 10 let. Mislimo, da jo imamo že danes.)

- John G. McCoy, chair of City National Bank and Trust, Columbus, Ohio (1973)

LITERATURA

1. Dvornik Ivo: Novac I novčana politika. Rijeka : Liburnija, 1980. 262 str.
2. D. Manning Robert: Credit Card Nation. NY : Basic Books, 2000. 406 str.
3. Geceg Tomislav: Prezentacijski sustav za pametne kartice. Diplomsko delo. Zagreb : Sveučilište u Zagrebu Fakultet elektrotehnike i računalništva, 2004. 81 str.
4. Greganovič Branko: Analiza plačilnih sistemov. Gospodarski vestnik, Ljubljana (1995), 5 str. 5-12.
5. Kubis-Labiak Barbara: Reuters Business Insight. The European Cards and Payments Market Outlook. Datamonitor, 2004. 95 str.
6. Radu Cristian: Implementing Electronic Card Payment Systems. Norwood : Artech House, Inc., 2002. 478 str.
7. Ribnikar Ivan: Denarni sistem in denarna teorija, I del: Denarni sistem. Ljubljana : Ekonomska fakulteta v Ljubljani, 1997. 336 str.
8. Roger LeRoy Miller, D. VanHoose David: Modern Money and Banking. Third Edition. NY : McGraw-Hill, Inc., 1993. 794 str.
9. S. Evans David in Schmalensee Richard: Paying with Plastic. Second Edition. Cambridge : The MIT Press, 2005. 367 str.
10. S. Evans David: Review of Network Economics, Some Empirical Aspects of Multi-sided Platform Industries. Cambridge : NERA Economic Consulting, 2003. 209 str.
11. Slawsky Jeff in Zafar Samee: Developing and Managing a Successful Payment Cards Business. Hampshire : Gower Pub Co., 2005. 176 str.
12. Veit Susanne: Kreditkarten und plastikgeld. Reinbek bei Hamburg : Institut Für Finanzdienstleistungen e. V. (IFF), 1997. 189 str.

VIRI

1. Avstrijska Narodna Banka.
[URL: http://www.oenb.at/en/stat_melders/statistics_and_reporting.jsp], 3.7.2005.

2. Interna gradiva Banke Slovenije.
3. Bilten Banke Slovenije. Ljubljana : Banka Slovenije, 5(2005), 5, 138 str.
4. Bank for International Settlements. [URL: <http://www.bis.org/statistics/index.htm>], 8.7.2005.
5. Datamonitor. [URL: <http://www.datamonitor.com>], 5.7.2005.
6. Evropska Centralna Banka.
[URL: <http://www.ecb.int/paym/market/blue/html/index.en.html>], 8.6.2005.
7. Euromonitor. [URL: <http://www.euromonitor.com>], 3.8.2005.
8. Finaska Narodna Banka. [URL: http://www.bof.fi/eng/5_tilastot/], 9.6.2005.
9. Irska Centralna Banka. [URL: <http://www.centralbank.ie/>], 2.6.2005.
10. Italijanska Narodna Banka.
[URL: <http://www.bancaditalia.it/statistiche;internal&action>], 17.7.2005.
11. Bergman Lowell. Secret History of the Credit Card. Frontline and the New York Times, 2004.
12. Nemška Narodna Banka. [URL: <http://www.bundesbank.de/index.en.php?print=no&>], 9.5.2005.
13. Norveška Narodna Banka. [URL: <http://www.norges-bank.no/front/rapport/en/>], 3.5.2005.
14. Španska Narodna Banka. [URL: <http://www.bde.es/homee.htm>], 18.5.2005.
15. Švedska Narodna Banka. [URL: <http://www.riksbank.com/>], 3.5.2005.
16. The Nilson Report. Kalifornija. HSN Consultants Inc. 763, 765, 766, 767, 777, 778, 779 (2002), 789, 790, 791, 794, 796, 797, 799, 800, 801 (2003), 803, 805, 806, 807, 812, 819, 821, 824 (2004)
17. Prva pametna kartica je Activa-MasterCard.
[URL: <http://www.mojmikro.si/?n=news&id=732>], 20.12.2004

SLOVARČEK

Charge Card	- kartica z odlogom plačila
Credit Card	- kreditna kartica
Debit Card	- debetna kartica
Interchange fee	- shemska ali medfranšizna provizija
Magnetic stripe, magstripe	- magnetni trak
Merchant service charge - MSC	- provizija na prodajnem mestu
Revolving	- "odprta" kreditna linija
Shopper	- kupec, odjemalec, nakupovalec
Smart Card	- pametna kartica
The Acquirer	- pridobitelj
The cardholder	- imetnik kartice
The Issuer	- izdajatelj kartic
The Merchant	- prodajno mesto
The Payment Service Provider (PSP)	-posrednik med izdajateljem in tveganim prodajnim mestom, za katero prevzema tveganje in popolno odgovornost plačil
The Scheme	- kartična shema
The Transaction Processor	- procesni center
Travel & Entertainment card (T&E card)	- plačilna kartica, namenjena potovanjem in zabavi