

### چکیده

پیشرفت تکنولوژی در دنیای امروز بر صنعت بانکداری و البته نظام‌های پرداخت تأثیر به‌سزایی گذاشته است. استفاده از خدمات کارت، از جمله کارت‌های اعتباری امروزه مشکل حمل پول نقد را مرتفع نموده، همچنین به‌عنوان ابزاری برای دریافت اعتبار از بانک‌ها کاربرد گسترده‌ای یافته است. با توجه به اهمیت کارت‌های اعتباری، در این مقاله کارت‌های اعتباری از ابعاد مختلف آن در کشورهایی که دارای این روش پرداخت هستند مورد بررسی قرار گرفته و به ساختار آن - به‌ویژه نقش بانک‌ها - توجه خاص مبذول گشته است. بررسی‌ها نشان می‌دهد که تفاوت اساسی نحوه عملیات کارت‌های اعتباری در خارج از ایران به رویه عملیاتی بانک‌های خارجی برگشته، از این رو هماهنگ‌سازی برخی از فرآیندها با نظام بانکی ایران که بر مبنای قانون عملیات بانکی بدون ربا فعالیت می‌نماید، ضروری به‌نظر می‌رسد. از سویی به‌دلیل تنوع انواع عقود در بانکداری اسلامی، در حال حاضر امکان استفاده از کارت‌های اعتباری در ایران وجود داشته اما به‌لحاظ ابزارهای جانبی هنوز اقدامات اصلاحی بسیاری مورد نیاز است.

**کلمات کلیدی:** کارت اعتباری، نظام‌های پرداخت، عقود اسلامی، بانکداری.

## ۱- مقدمه

پیشرفت تکنولوژی در تمامی عرصه‌های دنیای کنونی تأثیری شگرف به ارمغان آورده است. تأثیرات این پیشرفت بر صنعت بانکداری نیز کاملاً مشهود است و نقطه عطف آن در سیستم بانکی را می‌توان تحول نظام‌های پرداخت بانکی برشمرد. یکی از ابزارهای متداول در نظام‌های پرداخت کارت‌های اعتباری هستند که هم‌اکنون در سطح وسیعی در کشورهای صنعتی و پیشرفته جهان مورد استفاده قرار می‌گیرند. امروزه کارت‌های اعتباری جزئی مهم از اقتصاد شده‌اند و به واسطه سهولت در به‌کارگیری و گستره وسیع استفاده جایگاه مناسبی در جوامع احراز نموده‌اند.

در سال‌های اخیر استفاده از کارت‌های اعتباری به‌صورت شگرفی رو به افزایش بوده است و هماهنگی کارت‌ها با تحولات جهانی را می‌توان از دلایل مهم این افزایش دانست که این‌که عواملی چون، کهنه و آلوده نشدن، دوام زیاد، داشتن رمز مخصوص و استفاده اختصاصی به‌منظور حفاظت در زمان گم‌شدن یا به سرقت رفتن از جمله مزیت‌هایی هستند که در کارت‌های اعتباری به‌صورت یک‌جا جمع شده‌اند.

تحقیق و پژوهش در مورد کارت‌های اعتباری در ایران، به‌دلیل عدم وجود این کارت‌ها، وجود مشکلات فقهی و حقوقی، ضعف سیستم‌ها و زیرساخت‌های لازم برای استقرار این نظام پرداخت و به روز نبودن تکنولوژی نظام بانکی کشور پیشینه‌ای نداشته و امری نوین است. حال آن‌که در جوامع پیشرفته مخصوصاً کشورهایی چون آمریکا، انگلستان، استرالیا و فرانسه، تحقیقات بسیاری در این مورد صورت گرفته است. گستردگی بررسی‌ها و پژوهش‌های انجام شده به‌اندازه‌ای است که مطالعه کلیه آن‌ها نیازمند صرف سال‌هاست و بعضاً حتی شمارش تعداد تحقیقات و پژوهش‌های انجام شده ساعت‌ها به‌طول می‌انجامد. پژوهش‌های صورت گرفته از تمام زوایا، کارت‌های اعتباری را مورد کنکاش قرار داده‌اند و کلیه عوامل تأثیرگذار را تحلیل و بررسی نموده‌اند. در ادامه تعدادی از این پژوهش‌ها ذکر می‌گردد:

- Joshua Gans and Stephen P. King (2000) در مورد بیطرفانه بودن کار مژده‌های مبادله در سیستم‌های پرداخت.

Carlton and Frankel , 1995 ; Franki , 1998 ; Evans and Baxter (1983) schmalensee, 1999 در مورد عدم اعتماد به سیستم‌های پرداخت

(2000) Rochet and Tirole در مورد اجزای کار مژده‌های مبادله و نقش آن‌ها.

(1997) Jay W. Farrester and Manas Ratha , در مورد مدل کارت‌های اعتباری.

(1999) Sujit Chakravorti and Ted To در مورد تئوری پذیرش کارت‌های اعتباری توسط تجار

Maki , 2000 ; Ludvigson , 1999 ; Bacchetta and Garlach 1997 ; Carroll and Dunn , 1997 در مورد رشد کارت‌های اعتباری و رشد مصرف

David M.Frank (1999) در مورد رفتار مشتریان در صنعت کارت اعتباری

Calem , Paul and Mester , Laretta (1985) در مورد رفتار مشتریان در مقایسه با نرخ‌های کارت‌های اعتباری و صدها پژوهش دیگر.

امروزه کارت‌های اعتباری جز لاینفکی از نظام‌های پرداخت هستند و به رغم گرانتر بودن نسبت به سایر ابزارهای پرداخت اما همچنان پس از پرداخت نقد و چک، سومین رتبه را دارند (chakravorti and To 1999).

صنعت کارت اعتباری بیش از ۴۰۰۰ شرکت دارد که خدمات مشابهی را به بیش از ۲۰۰ میلیون مشتری در سراسر جهان ارائه می‌دهند<sup>۱</sup>. در آمریکا کارت‌های اعتباری در سال ۱۹۹۷، ۱۶/۸۹ میلیارد تراکنش داشت که از نظر ارزش دلاری معادل ۱/۰۷ تریلیون دلار بود. تراکنش کارت‌های اعتباری برای استفاده‌های عمومی در سال ۱۹۹۸ در آمریکا معادل ۱۰/۰۴ میلیارد تراکنش (معادل ۹۸۶ میلیارد دلار) و برای استفاده‌های خاص ۳/۳۸ میلیارد تراکنش (معادل ۱۴۵ میلیارد دلار) بوده است.

در سال ۱۹۹۹، تراکنش کارت‌های اعتباری ۱۴/۲ میلیارد تراکنش به ارزش ۱/۰۹۶ تریلیون دلار بوده است (credit card News 2000).

جدول صفحه بعد تعداد کارت‌های اعتباری (مستر و ویزا) که طی سال‌های ۹۶-۱۹۸۶ در انگلستان منتشر شد را نشان می‌دهد.

<sup>1</sup> David M.Frank, Iona College, To switch or not to switch : an Examination of Consumer Behavior in the Credit Card Industry.

سال	۱۹۶۱	۱۹۶۲	۱۹۶۳	۱۹۶۴	۱۹۶۵	۱۹۶۶	۱۹۶۷	۱۹۶۸	۱۹۶۹	۱۹۷۰	۱۹۷۱	۱۹۷۲	۱۹۷۳	۱۹۷۴	۱۹۷۵	۱۹۷۶
مستر کارت	۶۸۶۶	۱۱۳۷۰	۱۰۳۵۱	۱۰۹۴۴	۱۱۷۰۲	۱۲۳۳۰	۱۱۳۷۰	۱۱۴۵۴	۱۲۱۳۸	۱۲۲۹۴	۱۱۵۵۴	۱۱۱۶۹	۱۰۳۵۱	۱۰۹۴۴	۱۱۷۰۲	۱۲۳۳۰
ویزا	۱۲۱۲۱	۱۳۱۰۶	۱۴۳۱۸	۱۵۱۱۹	۱۶۲۳۵	۱۷۵۵۲	۱۸۳۰۷	۱۹۲۳۵	۲۰۴۸۵	۲۱۸۵۲	۲۳۲۵۷	۲۴۳۰۷	۲۵۱۱۹	۲۶۲۳۵	۲۷۵۵۲	۲۸۳۰۷
جمع	۲۱۰۹۶۷	۲۴۴۸۱۶	۲۵۴۷۰	۲۵۲۸۵	۲۷۹۳۷	۳۰۰۶۶۰	۲۹۸۴۴	۲۸۸۱۱	۲۸۶۱۳	۲۹۸۵۲	۲۶۸۱۱	۲۶۴۷۰	۲۵۴۷۰	۲۶۲۳۵	۲۷۵۵۲	۲۸۳۰۷

## ۲- تعریف کارت‌های اعتباری

کارت اعتباری عموماً قطعه‌ای از پلاستیک است که حاوی اطلاعات هویتی یک حساب اعتباری که معمولاً مشتری نزد بانک یا دیگر مؤسسات باز می‌کند می‌باشد.<sup>۱</sup> کارت‌های اعتباری در دنیا به اشکال مختلفی است اما از حیث دامنه کاربرد به دو دسته کارت‌های بین‌المللی و کارت‌های محلی دسته‌بندی می‌شود، از کارت‌های بین‌المللی می‌توان به مسترکارت، ویزا، یورمی و امریکن اکسپرس اشاره کرد.

در سال ۱۹۱۴ اتحادیه‌های غرب برای مشتریان خاص خود روش پرداخت معوق<sup>۲</sup> را قرار دادند. در سال ۱۹۲۰ برای اولین بار کارت‌های اعتباری در محل جایگاه‌های عرضه سوخت استفاده شد و در سال ۱۹۳۸ بسیاری از مؤسسات شروع به پذیرش کارت‌های یکدیگر نمودند. اما مفهوم کارت اعتباری، به معنای وسیله پرداخت برای تجار تا سال ۱۹۵۰ مطرح نشد، در این سال Frank X Mc Namara بنیانگذار دانیرز کلوب<sup>۳</sup> این ایده را ابداع کرد. پس از آن دانیرز کلوب اولین کارت هزینه را ساخت. این کارت در برخی از مکان‌ها قابلیت استفاده داشت. بلافاصله این ایده توسط مؤسسات و بانک‌ها مورد استفاده قرار گرفت. این کارت‌های اولیه نیاز به پرداخت کامل در یک دوره کوتاه‌مدت زمانی، که معمولاً کمتر از ۹۰ روز بود را داشت. در سال ۱۹۵۱، فرانکلین نشنال بانک در نیویورک<sup>۴</sup> اولین کارت اعتباری مدرن را به مشتریان خود ارائه نمود. در سال ۱۹۵۸، Bank of America، کارتی به نام Bank Americard را وارد بازار

<sup>۱</sup> Electronic Money, Teaching Guide, How Credit Cards work?

<sup>۲</sup> Deferred - payment

<sup>۳</sup> Diners Club

<sup>۴</sup> New Yorks Franklin National Bank

کرد که امروزه ویزا<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. تا قبل از سال ۱۹۷۰، مفهوم کارت‌های اعتباری برای بانک‌ها و مشتریان کاملاً پذیرفته شده و بانک‌ها و مشتریان به این نتیجه رسیدند که یک بانک و یک کارت کافی نیست. Bank Americard این مشکل را حل کرد و با توافقی که با بانک‌های خارج از کالیفرنیا انجام داد به آن‌ها اجازه صدور Bank Americard را داد و مبادلات بین بانکی مورد توافق این بانک‌ها قرار گرفت. برای افزایش استفاده از کارت‌های اعتباری اتحادیه کارت بین بانکی<sup>۲</sup> تشکیل شد<sup>۳</sup> و در سال ۱۹۷۷ اسم ویزا برای این سیستم پذیرفته شد. در همین زمان سه گروه مختلف از بانک‌ها که جزء نمایندگی‌های Bank of America نبودند فعالیت‌هایی را شروع کردند که پس از مدتی با ادغام آن‌ها سیستم بین‌المللی که امروزه Master Card نامیده می‌شود تشکیل شد.

در سال ۱۹۷۸، مسترکارد و ویزا<sup>۴</sup> با یکدیگر به توافق رسیدند، تا هر دو به انتشار کارت‌های اعتباری مورد پذیرش یکدیگر بپردازند.<sup>۵</sup>

سیستم‌های پرداخت در مطالعات اقتصادی بسیار جالب توجه هستند اما یک ابزار پرداخت برای این که به صورت متداولی به کار رود بایستی اولاً طرفین مبادله (تاجر و مشتری) قادر باشند به سادگی از این ابزار استفاده کنند. بنابراین می‌توان گفت که کارایی چنین ابزارهایی با اندازه‌گیری میزان کاربرد آن‌ها در سطح شبکه سنجیده می‌شود. ثانیاً گستردگی ابزارهای پرداخت تا حد زیادی به شرکت‌های پشتیبانی کننده آن‌ها یا شرکت‌هایی که این ابزارها را ارائه نموده‌اند بستگی دارد.

آنچه که در مورد کارت‌های اعتباری و گسترش آن‌ها حائز اهمیت است، این است که با توجه به پژوهش‌های بسیار انجام شده و فرضیات مختلف موجود، و بروز بسیاری از ابهامات، کارت‌های اعتباری همچنان ساختاری بسیار شفاف و صریح دارد که درک آن توسط اجزای این ساختار به راحتی امکانپذیر است.

<sup>۱</sup> visa

<sup>۲</sup> Interbank Card Association

<sup>۳</sup> این اتحادیه در سال ۱۹۶۶ تشکیل شد.

<sup>۴</sup> ویزا و مستر کارت امروزه سازمان‌های پرداخت بین‌المللی هستند، آن‌ها مستقیماً کارت منتشر نمی‌کنند اما درگیر امور اعطای مجوز صدور کارت، انتقال وجوه و تسویه تراکنش‌های مالی هستند.

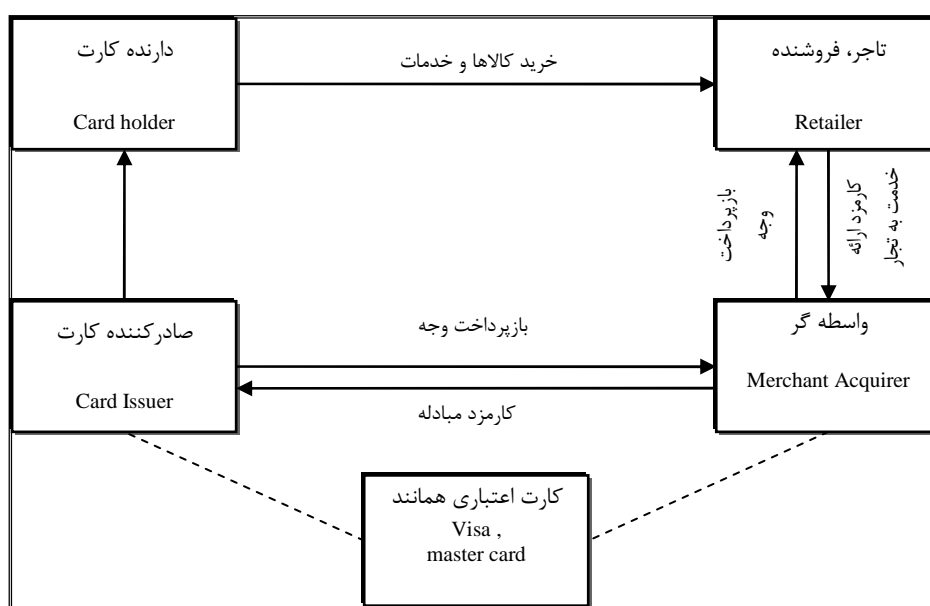
<sup>۵</sup> Worldwide, e-processing, INC, bank Card.net, Credit Card History

### ۳- ساختار کارت‌های اعتباری

Chakravorti & To (2003). شرکت کنندگان در فرآیند کارت اعتباری را در ۵ گروه

طبقه‌بندی نموده‌اند:

مشتری، مؤسسه مالی مشتری یا صادرکننده کارت، تاجر، مؤسسه مالی تاجر یا واسطه‌گر<sup>۱</sup> و شبکه ساختار کارت‌های اعتباری در انگلیس به شرح نمودار زیر است:

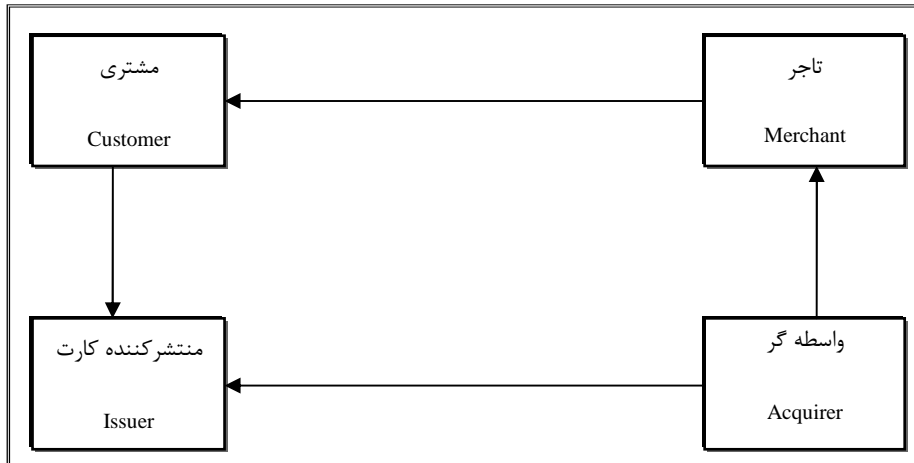


منبع: The UK Credit Card Market, by Collette Brooking, Bank of England.

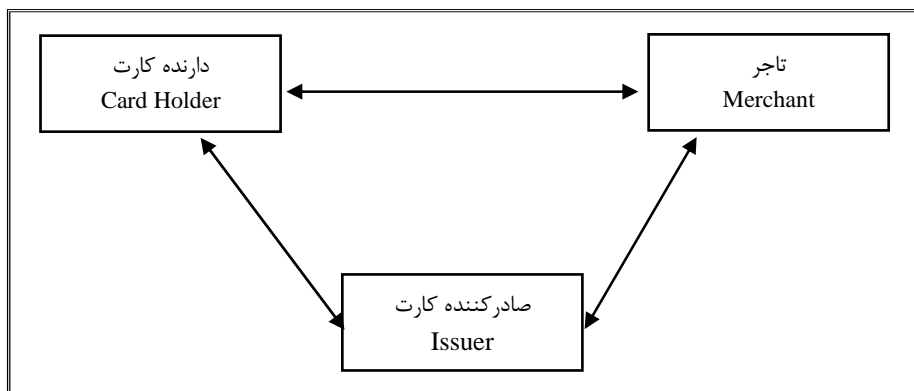
در برخی از تحقیقات انجام شده (Joshuas, Gans and Stephen P.King 2000) ساختار کارت‌های اعتباری را به صورت ۴ جزئی<sup>۲</sup> ترسیم نموده‌اند.

<sup>۱</sup> Acquirer در برخی کشورها، در فرآیند کارت‌های اعتباری، واسطه‌گران نیز مداخله دارند که وظایفی چون تهیه و استقرار سیستم‌های الکترونیکی برای فروشندگان، حمایت و پشتیبانی سیستم‌ها و ارتقای آن‌ها، کنترل و نظارت فروشندگان، ارائه خدمات پشتیبانی به فروشندگان مانند: نگهداری حساب‌ها، آموزش پرسنل، پاسخگویی به نیازها، بررسی و مطالعه قوانین حقوقی برای کمک به تاجر در هنگام بروز مشکلات قضایی و ... برعهده آن‌هاست. (Front Economics, 2001)

<sup>۲</sup> The Four Party System.



البته در بسیاری از تحقیقات انجام شده نیز برای تعیین مدل‌های مختلف و تئوری‌های مربوط به کارت‌های اعتباری اجزا شرکت کننده در کارت اعتباری را به ۳ جزء تقلیل داده‌اند، بدین صورت که با فرض نمودن صادرکننده، واسطه‌گر و اپراتور شبکه به‌عنوان یک جزء واحد، شبکه کارت اعتباری را به‌صورت زیر خلاصه نموده‌اند.<sup>۱</sup>



<sup>1</sup> Sugit Chakravorti and Ted To, A Theory of Merchant Credit Card Acceptance, December 1999.

#### ۴- مزایا و معایب کارت‌های اعتباری

کارت‌های اعتباری گرانترین ابزار پرداختی هستند که تجار آن را می‌پذیرند. در مقایسه با وجه نقد که هزینه آن ۲۲ سنت در ۱۰۰ دلار خرید است، در بخش سوپر مارکت هزینه کارت‌های اعتباری چیزی معادل ۲/۴۱ دلار است یعنی تقریباً ۱۱ برابر بیشتر (۱۹۸۸ و Food Marketing Institute).

جزء قابل توجهی از هزینه تجار در کارت‌های اعتباری، هزینه تخفیف اعطایی تجار است که با توجه به مبلغ خرید به ازای رسیدهای فروش به بانک خود می‌پردازند. البته براساس دیدگاه‌های کلان اقتصادی، این هزینه واقعی نیست بلکه هزینه یک مبادله است. دو نفر از محققان<sup>۱</sup> نشان دادند که کارت‌های اعتباری به‌رغم گران بودنشان یکی از ابزارهای بسیار قوی در زمینه پرداخت‌های جزئی هستند. آن‌ها کل هزینه کارت‌های اعتباری در سال ۱۹۸۸ را برابر با ۸۸ سنت برآورد کردند درحالی‌که در همین مقطع هزینه وجوه نقد تنها ۴ سنت و پرداخت با چک ۷۹ سنت بود.

اما به‌رغم این هزینه زیاد، استفاده از کارت‌های اعتباری رشد روزافزونی را در بازارهای کشورهای مختلف دارد.

سهم بازار کارت‌های اعتباری بین سال‌های ۹۸-۹۰ در آمریکا از ۱۴/۵ درصد از کل پرداخت‌های مشتریان به ۲۱/۴ درصد رسید (از نظر مبلغ) درحالی‌که سهم بازار مشتریان در تراکنش‌ها از ۱۳/۹ درصد به ۱۷/۴ درصد رسیده بود (Nilson Report 1997 and 1999)<sup>۲</sup>. همان‌گونه که ذکر شد، به‌رغم هزینه‌های بالای کارت‌های اعتباری، افزایشی روزافزون در استفاده آن‌ها به‌وجود آمده است. به‌منظور شفاف‌سازی، دلایل گرایش به استفاده از کارت‌های اعتباری، نقش کارت‌های اعتباری را از دیدگاه مشتری، تاجر و شبکه کارت اعتباری مورد بررسی قرار می‌دهیم.

##### الف- مشتری و کارت اعتباری

عموماً مشتریان برای استفاده از کارت‌های اعتباری به نوعی درگیر برخی هزینه‌ها می‌شوند (شرح کامل هزینه‌ها در قسمت‌های آتی ذکر خواهد شد) از این‌رو آنچه بسیاری از محققان را در توضیح روابط بین مشتری و کارت‌های اعتباری به پژوهش واداشته است، بررسی نرخ‌های بهره بر رفتار مشتریان بوده است.

<sup>۱</sup> Humphrey and Berger

<sup>۲</sup> این بررسی کارت‌های اعتباری و کارت‌های هزینه را شامل می‌شود.



بسیاری از مشتریان در استفاده از کارت‌های اعتباری می‌توانند از یک خط اعتباری (عمدتاً بدون وثیقه) بهره‌مند شود و یا لاقلاً این امکان را می‌یابند که هنگام استفاده از کارت اعتباری، درآمدی را که هنوز کسب ننموده‌اند هزینه کنند.

بریتو و هارتلی<sup>۱</sup> معتقدند که به دلیل اینکه جایگزینی برای خطوط اعتباری بدون وثیقه وجود ندارد، از این‌رو مشتریان نسبت به تغییرات قیمت آن‌ها چندان واکنش نشان نمی‌دهند. آسوبل<sup>۲</sup> پیشنهاد می‌کند که مشتریان در زمان خرید توجه چندانی به نرخ‌های بهره کارت‌های اعتباری ندارند و اصولاً قصد ندارند که برای مدت زمانی طولانی استقراض کنند؛ اما به هر حال زمانی که صورتحساب برای آن‌ها ارسال می‌شود نظرشان تغییر می‌کند.

استاونیز<sup>۳</sup> بحث می‌کند که مشتریان در بعضی اوقات نه تنها به نرخ بهره بلکه به سایر مزایای کارت‌های اعتباری نیز حساسند و او، با آسوبل و کالم و مستر<sup>۴</sup> نیز بحث می‌کند و توضیح می‌دهد که نرخ‌های بهره پایین می‌تواند مشتریان دارای قدرت اعتباری کمتر را جذب کند، از این‌رو بعضی از منتشرکنندگان کارت‌های اعتباری را به کاهش نرخ‌هایشان ترغیب می‌نماید.

نکته جالب در اینجاست که حتی مشتریانی که توانایی پرداخت نقد دارند نیز از کارت‌های اعتباری استفاده می‌کنند (Sugit Chakravorti ۲۰۰۱) و طی برآوردهایی که انجام داده‌اند مشخص شده است که بین ۳۰ تا ۴۰ درصد استفاده‌کنندگان از کارت‌های اعتباری از تسهیلات اعتباری استفاده می‌کنند. Whitesell (۱۹۹۲) بحث می‌کند که هزینه فرصت نگهداری وجه نقد و هزینه فرصت دریافت وجه چک (در زمان به حساب گذاشتن چک تا وصول شدن آن) علی‌الخصوص در تراکنش‌های با مبلغ بالا بیش از هزینه کارت‌های اعتباری است.

chakravorti (۱۹۹۷) بحث می‌کند که در بازار امروز، مشتریان انگیزه بسیار بالایی برای استفاده از کارت‌های اعتباری برای تمام خریده‌ها و پرداخت بدهی‌هایشان در هر ماه دارند و به‌طور کلی ادبیات موجود در زمینه مشتریان کارت‌های اعتباری پیشنهاد می‌کند که مشتریان نقد نیز تمایل زیادی برای استفاده از کارت‌های اعتباری دارند و دلیل این امر جایگزینی‌های بسیار کم برای ارائه اعتبار به مشتریان با شرایط مشابه کارت‌های اعتباری است.<sup>۵</sup>

<sup>۱</sup> Brito and Hartley (1995)

<sup>۲</sup> Ausubel (1991)

<sup>۳</sup> Stavins (1996)

<sup>۴</sup> Calm and Master (1995)

<sup>۵</sup> Chakravorti and Emmons (2001)

## ب- تجار و کارت‌های اعتباری

یکی از مهمترین ارکان در ساختار کارت‌های اعتباری تجار هستند. افزایش استقبال مردم در استفاده از کارت‌های اعتباری درست سمت مقابل پذیرش این کارت‌ها توسط تجار است و حکایت از آن دارد که تجار نیز بیش از پیش در زمینه پذیرش کارت‌های اعتباری از فرد اشتیاق نشان داده‌اند. برخی بر این عقیده‌اند که به دلیل هزینه بالای کارت‌های اعتباری پذیرش این کارت‌ها به نفع تجار نیست اما این دسته علت افزایش پذیرش کارت‌های اعتباری توسط تجار، با توجه به هزینه بالای آن را، کاهش فروش تجار در صورت نپذیرفتن کارت‌های اعتباری و آثار متقابل ناشی از عضویت<sup>۱</sup> در شبکه می‌دانند (Fumiko Hayashi 2004).

با توجه به گران بودن هزینه کارت‌های اعتباری، ۸۳ درصد خرده‌فروشان احساس می‌کنند که پذیرش کارت‌های اعتباری منجر به افزایش فروش آن‌ها می‌شود و ۵۸ درصد آن‌ها فکر می‌کنند که سودشان با پذیرش کارت‌های اعتباری افزایش می‌یابد (Ernst and Young 1996) اما تجار به ازای این رویکرد (پذیرش کارت‌های اعتباری) همواره هزینه‌های گزافی پرداخته‌اند که از آن‌ها تحت عنوان تخفیف تجاری یاد می‌شود. تجار بزرگ، با پرداخت چنین وجوه گزافی به صادرکنندگان کارت‌های اعتباری که همان جزء سوم مبادله‌اند مخالف هستند. البته تجار وزن هزینه تخفیفات را با افزایش بالقوه سود حاصل از افزایش فروش و تضمین دریافت وجوه کالا می‌سنجند.

مورفی و اوت<sup>۲</sup> پیشنهاد می‌کنند که تجار هزینه کارت‌های اعتباری را با ایجاد تفاوت قیمت بین مشتریان پوشش دهند.

اما به‌طور کلی می‌توان از ادبیات موجود در این زمینه اینگونه نتیجه‌گیری کرد که دلیل افزایش پذیرش کارت‌های اعتباری بین تجار، افزایش سودآوری در نتیجه افزایش فروش با کارت‌های اعتباری، و تضمین دریافت وجوه کالاهای فروخته شده توسط جزء سوم مجموعه کارت‌های اعتباری است.

## ج- کارت‌های اعتباری، بانک‌ها و شبکه‌ها

بانک‌ها رفتار هر دو گروه تجار و مشتریان را تحت تأثیر قرار می‌دهند. بانک‌ها به دو دلیل مردم را به استفاده از کارت‌های اعتباری و پرداخت به‌موقع صورتحساب‌های آن ترغیب می‌کنند. اول اینکه به مشتریان خود اعلام می‌دارند که خرید اعتباری و پرداخت آن در موعد

<sup>۱</sup> Network Externality

<sup>۲</sup> Murphy & Ott (1977)

مقرر، امکان استفاده از درآمد آینده در زمان حال است که بانک‌ها آن را در اختیار مردم قرار می‌دهند. ثانیاً بانک‌ها، عموماً سوبسیدهایی نیز به مشتریانی که در زمان ارسال صورتحساب نقداً مبلغ را تسویه می‌کنند می‌پردازند. به‌عنوان مثال ممکن است برای آن‌ها تخفیف‌هایی در برخی هزینه‌ها در نظر گرفته یا به آن‌ها سقف‌های اعتباری بیشتری بدهند.

در زمینه ارتباط اعضا شبکه کارت اعتباری و ارتباطات داخلی آن‌ها تحقیقات اندکی انجام شده است که از آن جمله می‌توان به Baxter (1983)، Rochet, Chakravorti and To (1999) and Tirole (2000) و (۱۹۹۸) schmalensee اشاره کرد.

بینش کلیدی تحلیل باکستر این بود که عرضه و تقاضا برای سیستم‌های پرداخت توسط مشتریان به همان اندازه عرضه و تقاضا برای ارائه اینگونه خدمات توسط تجار ایجاد نمی‌کند و برای ایجاد تعادل بین این دو ناحیه وابسته به هم در بازار، باکستر (Baxter) یک سیستم پرداخت جانبی را پیشنهاد می‌کند.

## ۵- استفاده از یک کارت اعتباری

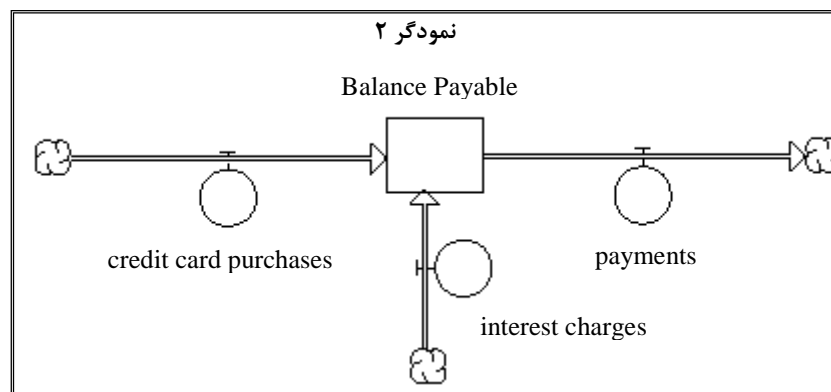
کارت‌های اعتباری به‌وسیله شرکت‌ها یا بانک‌ها منتشر می‌شوند. به‌عنوان مثال کارت می‌تواند توسط International Express منتشر شود. زمانی که دارنده کارت از کارت اعتباری برای خرید استفاده می‌کند، مؤسسه منتشرکننده مبلغ خرید را می‌پردازد. بنابراین دارنده کارت به‌اندازه مبلغ خرید به مؤسسه منتشرکننده کارت بدهکار خواهد بود. در این حالت "مانده قابل پرداخت" جمع بدهی دارنده کارت به مؤسسه منتشرکننده کارت است.

در پایان هر ماه، مؤسسه صادرکننده کارت برای دارنده کارت لیستی می‌فرستد که شامل خریدهای انجام شده طی ماه و مانده قابل پرداخت ماه قبل است. مانده قابل پرداخت جدید شامل خریدهای طی ماه، مانده قابل پرداخت دوره قبل و هزینه بهره‌ای است که برای مانده قابل پرداخت دوره قبل تعیین شده است.

در صورتی که دارنده کارت بخشی از کل مانده قابل پرداخت (مانده قابل پرداخت نهایی مندرج در صورتحساب) را بپردازد، قسمت پرداخت نشده از مانده قابل پرداخت دوره جاری و بهره‌ای که به مانده پرداخت نشده تعلق می‌گیرد به خریدهای ماه بعد اضافه شده و مانده قابل پرداخت ماه بعد را تشکیل خواهند داد.

<sup>1</sup> Balance payable

نمودار زیر سیستم توضیح داده شده را تشریح می‌نماید.



منبع (Manas Ratha and prof. Jay W. Forrester (2001))

مبلغی که مشتری می‌تواند به واسطه استفاده از کارت اعتباری هزینه کند محدود است و بیشترین مقدار پولی که مشتری می‌تواند قرض بگیرد، سقف اعتباری<sup>۱</sup> نامیده می‌شود. سقف اعتباری از یک سو به مشتری مبلغی بیش از حد اعتبار تخصیص نداده و از سویی دیگر به صادرکننده کارت امکان می‌دهد که زیان‌ها و احتمال‌های قصور و تقلب را بکاهد. به عبارتی در صورتی که مشتری تقلب کند یا قصور ورزد حداکثر زیانی که مؤسسه صادرکننده متقبل می‌شود برابر سقف اعتباری مشتری است.

البته بایستی در نظر داشت که در صورت ثابت بودن منابع مالی مشتری، و با صرف‌نظر از عواملی چون نرخ تورم، مشتری عموماً دو منبع برای هزینه‌کردن دارد. اول؛ پرداخت از محل منابع نقدی (حقوق دریافتی)<sup>۲</sup> و دوم؛ پرداخت از محل اعتبار موجود<sup>۳</sup> دریافتی از طریق کارت، که این اعتبار عبارت است از سقف اعتباری منهای مانده پرداختنی کنونی. در صورتی که مشتری بخش ثابتی از اعتبار موجود خود را استفاده کند، به آن "کسر هزینه"<sup>۴</sup> مشتری اطلاق می‌شود.

<sup>۱</sup> credit limit

<sup>۲</sup> paycheck

<sup>۳</sup> credit available

<sup>۴</sup> Spending Fraction

مشتریان در مورد پرداخت وجوه صورتحساب‌های خود نیز رفتاری‌های بسیار متفاوتی دارند، برخی کل مبلغ را می‌پردازند و برخی به صورت اقساطی مبادرت به پرداخت وجه می‌نمایند اما همه مشتریان باید حداقل وجه پرداختی که معمولاً توسط مؤسسه منتشرکننده کارت تعیین می‌شود را بپردازند.

## ۶- هزینه‌های مشتری در استفاده از کارت‌های اعتباری

الف- نرخ بهره سالانه (APR)<sup>۱</sup>

نرخ بهره سالانه، عبارت است از نرخ بهره‌ای که مشتری به صورت سالانه و به دلیل عدم پرداخت کامل مانده حساب، برداشت نقدی یا انتقال مانده از کارت اعتباری دیگری به کارت اعتباری جدید می‌پردازد.

انواع نرخ‌های بهره (Multiple APRs)

APR برای خرید، APR برای پیش دریافت نقدی و APR برای انتقال مانده از کارت قبلی به جدید. معمولاً نرخ بهره پیش دریافت نقدی و نرخ بهره انتقال مانده از کارت قبلی به جدید بیشتر از نرخ بهره خرید است.

APR لایه‌ای<sup>۲</sup>: نرخ‌های مختلف که به ازای مقادیر مختلف مانده تخصیص می‌یابد به عنوان مثال برای مانده زیر ۵۰۰ دلار معادل ۱۶٪ و برای بیش از ۵۰۰ دلار ۱۷٪.

APR جریمه<sup>۳</sup>: نرخ بهره ممکن است در صورتی که مشتری در سررسید اقساط مبالغ قسط را نپردازد افزایش یابد. مثلاً ممکن است در توافقتنامه کارت اعتباری ذکر شود در صورتی که مشتری در یک دوره ۶ ماهه دو بار بیش از ۱۰ روز در پرداخت وجوه مربوط تاخیر ورزد نرخ جریمه‌ای به‌وی تعلق گیرد.

APR اولیه<sup>۴</sup>: نرخ‌ی که در ابتدای استفاده از کارت‌های اعتباری تعیین شده، طی دوره‌های معین اعمال شده و پس از پایان دوره منقضی می‌گردد.

<sup>1</sup> Annual Percentage Rate

<sup>2</sup> Tiered APR

<sup>3</sup> Penalty APR

<sup>4</sup> Introductory APR

- APR تأخیری<sup>۱</sup>: نرخ متفاوت از نرخ اولیه است که در آینده تعلق خواهد گرفت. به عنوان مثال ممکن است در توافقنامه کارتی ذکر شود که پس از ماه مارس APR، با نرخ جدید اعمال خواهد شد.

#### APR ثابت در مقابل متغیر

برخی از کارت‌ها دارای APR ثابت هستند که تغییر نکرده و یا لاقبل در اکثر موارد ثابت است. در حالی که برخی دیگر از کارت‌ها دارای APR متغیر هستند. این APR ها معمولاً با نرخ دیگر مرتبط هستند (مثلاً نرخ اوراق قرضه، نرخ سپرده‌گذاری، نرخ Libor<sup>۲</sup> و ...) و با تغییر آن تغییر می‌کنند.

### ۷- رفع اشتباهات صورتحساب‌های مشتریان و اطلاع‌رسانی در صنعت

#### کارت‌های اعتباری

قانون "ارسال صورتحساب اعتباری عادلانه"<sup>۳</sup> در مورد حساب‌های اعتباری و کارت اعتباری کاربرد دارد. عموماً مشتریان در آمریکا می‌توانند از این قانون برای دفاع از خود در مقابل اشتباهاتی چون: اشتباه‌های صورتحساب، استفاده غیرمجاز از حساب، کالا یا خدماتی که اشتباهاً به حساب مشتری بدهکار شده است، همچنین در مورد هزینه‌هایی که نیاز به درخواست توضیح یا گواهی مکتوب برای خرید دارد استفاده نمایند. به عنوان مثال در صورتی که اشتباهی در صورتحساب مشتری وجود داشته باشد فرآیند کاری به شرح زیر است:

- طی ۶۰ روز پس از ارسال صورتحساب، مشتری در صورت بروز هرگونه اختلاف می‌تواند نامه‌ای به صادرکننده کارت یا اعتبار بفرستد. در این نامه مشتری نام، شماره حساب، تاریخ و مقدار هزینه مورد اختلاف خود و شرح کاملی از اینکه چرا نسبت به هزینه معترض است را ذکر می‌کند. اعتباردهنده یا صادرکننده کارت ۳۰ روز پس از دریافت، رسید دریافت نامه را برای اطلاع برای مشتری فرستاده و طی ۹۰ روز درخصوص موضوع مطروحه تحقیقی انجام می‌دهد. لازم به ذکر است که در این رویه مشتری تا زمانی که صورتحساب تحت بررسی است، می‌تواند از پرداخت مبلغ اختلاف امتناع نموده و اعتباردهنده یا صادرکننده کارت نیز مجاز نیست که

<sup>1</sup> Delayed APR

<sup>2</sup> London Inter Bank Offer Rate

<sup>3</sup> Fair Credit Billing Act

برای وصول مبلغ مورد اختلاف اقدام کند. همچنین نایبستی مبلغ را به‌عنوان بدهی معوقه منظور نموده یا حساب را مسدود یا محدود کند.

در صورتی که مشتری بدهکار نباشد صادرکننده یا اعتباردهنده بایستی حساب مشتری را بستنکار نموده و هرگونه هزینه تأمین منابع یا کارمزد دیرکرد مربوطه را حذف نماید.

سازمان‌هایی چون "مرکز ملی قانون مصرف کننده"<sup>۱</sup> و "شهروندان برای ضوابط عادلانه کارت اعتباری"<sup>۲</sup>، سازمان‌هایی هستند که مشتریان کارت‌های اعتباری می‌توانند برای کسب اطلاع به آن‌ها مراجعه نمایند. همچنین مرکز مشاوره‌های بدهی آمریکا<sup>۳</sup> نیز در هدایت و راهنمایی مشتریان کارت‌های اعتباری بسیار مؤثر است.

همچنین در زمینه اطلاع‌رسانی به مشتریان کتب زیادی انتشار یافته است، از این جمله می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

- "لوازم اصلاح اعتبار"، جان ونتورا<sup>۴</sup>
- "همه چیز راجع به اعتبار: سؤال‌هایی (و پاسخ‌هایی) راجع به عادی‌ترین مشکلات اعتباری"، دبورامک ناوتون<sup>۵</sup>
- "آنچه هر کاربر کارت اعتباری لازم است بداند"، هاوارد استرانگ<sup>۶</sup>
- "راهنمای دست اندرکاران برای کارت‌های اعتباری"، بری کلین<sup>۷</sup>
- "مدیریت کارت اعتباری و بدهی: راهنمای گام به گام و چگونگی سازماندهی بدهی و پس انداز پول از پرداخت‌های بهره"، اسکات بیلکر<sup>۸</sup>
- و...

## ۸- ساختار اجزای شرکت کننده در فرآیند کارت‌های اعتباری در ایران

با توجه به عوامل ذکر شده به‌نظر می‌رسد که برای کارت‌های اعتباری بانکی در ایران ساختار زیر قابل استفاده باشد.

<sup>1</sup> National Consumer law Center

<sup>2</sup> Citizens for fair Credit card Terms

<sup>3</sup> Debt Counselors of America

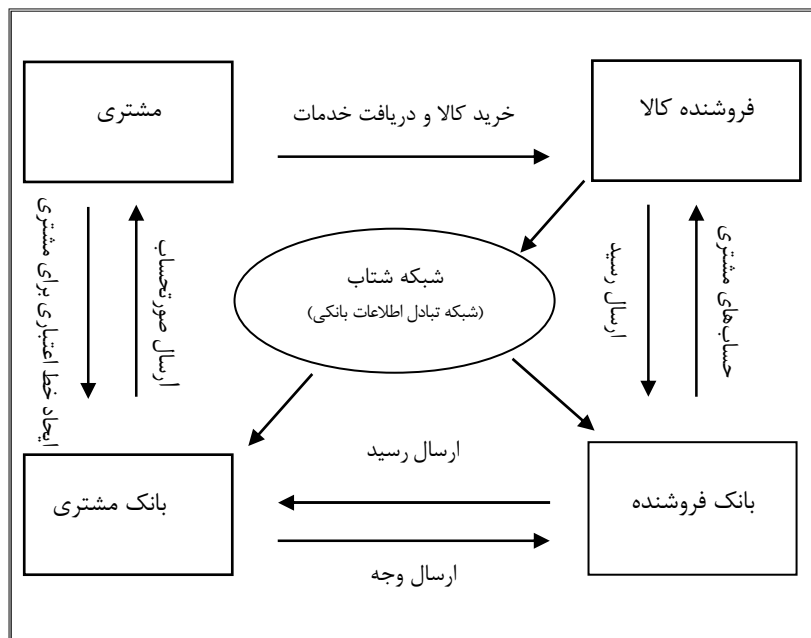
<sup>4</sup> The Credit Repair Kit, by John Ventura

<sup>5</sup> All about Credit : questions (and answers) about the most "Common Credit Problems". by Debra Mc-Naughton

<sup>6</sup> What every credit card user needs to know . by Howard strong

<sup>7</sup> The Guide to credit cards. By Barry klein

<sup>8</sup> credit card and debt management : a step-by-step how-to guide for organizing debt and saving money on interest payments by Scott Bilker

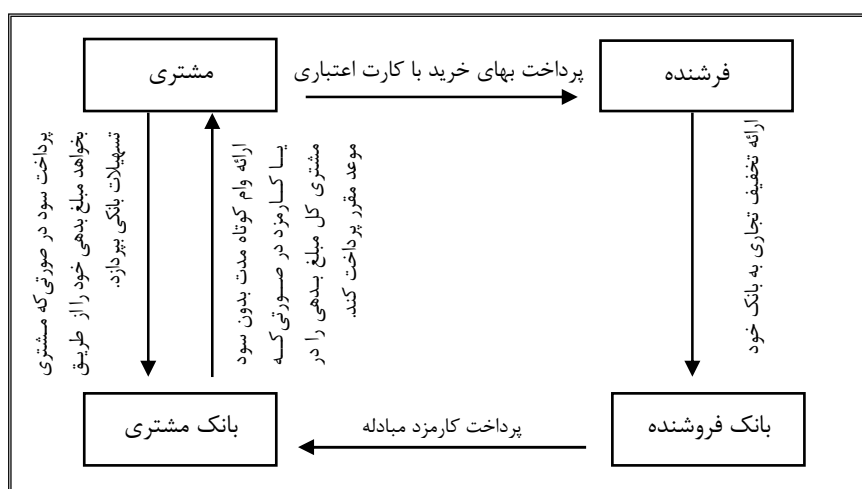


همان‌گونه که در نمودار فوق ملاحظه می‌شود ۵ عضو در سیستم کارت اعتباری بانک دخیل هستند. بانک مشتری با توجه به شناختی که از مشتری دارد، برای وی کارت اعتباری با سقف‌های معین صادر می‌کند. مشتری با داشتن این کارت می‌تواند از فروشندگانی که کارت‌های اعتباری را می‌پذیرند خرید نموده، و فروشنده کالا، وجه کالای فروش رفته خود را از طریق بانک خود وصول نماید. بدین صورت که با ارسال صورتحساب فروش به بانک خود وجه به حساب فروشنده بستانکار شده و سپس از طریق بانک مشتری، وجوه از مشتری دریافت خواهد شد. وظیفه شبکه تبادل اطلاعات بین بانکی، برقراری ارتباط بین بانک‌های طرفین معامله و فراهم نمودن اطلاعات اعتباری مشتری برای فروشنده کالا است.



## ۹- درآمدها و هزینه‌های کارت‌های اعتباری در ایران

با توجه به ساختار کارت اعتباری، هزینه‌ها و درآمدهای کارت‌های اعتباری برای اعضاء شرکت‌کننده در این فرآیند بدین شرح است.



همان‌گونه که در نمودار ملاحظه می‌شود، مشتری به ازای خرید اعتباری به فروشنده تنها مبلغ خرید را از طریق کارت اعتباری می‌پردازد، فروشنده نیز به بانک خود درصدی را به‌عنوان تخفیف تجاری پرداخت نموده و با ارسال صورتحساب، وجوه فروش اعتباری خود را از بانک دریافت می‌دارد.

از سویی بانک فروشنده به ازای دریافت وجه از بانک مشتری، کارمزد مبادله پرداخته و بانک مشتری نیز در صورتی‌که وی بخواهد برای پرداخت بدهی خود از تسهیلات بانکی استفاده کند، معادل نرخ فعلی تسهیلات خود (با توجه به نوع عقد مورد استفاده و بخشی که تسهیلات در آن قرار می‌گیرد) بدهی وی را در قالب اقساط، دریافت و سودی نیز به ازای این فرآیند کسب می‌نماید.

## ۱۰- طرح‌ریزی تفصیلی عملیات کارت‌های اعتباری در ایران

در این بخش ارتباط بانک و مشتری و فروشنده کالا با جزییات کامل مورد بررسی قرار گرفته و نحوه عملیات مورد نیاز بررسی می‌شود.

۱- مشتری با مراجعه به بانک خود درخواست افتتاح حساب اعتباری (کارت اعتباری) می‌نماید، در این بخش بانک صادرکننده کارت با توجه به شناختی که از مشتری دارد می‌تواند یکی از انواع کارت‌های اعتباری (تضمینی، معمولی یا ویژه) را در اختیار وی قرار دهد. مشتری با پرکردن فرم‌های مربوطه و امضای قرارداد مورد نظر دارای کارت اعتباری شده و امکان استفاده از آن را در فروشگاه‌های پذیرنده کارت می‌یابد. مشتری به‌منظور افتتاح حساب، هزینه‌ای را تحت عنوان کارمزد افتتاح حساب می‌پردازد و بانک نیز در قرارداد مربوط به افتتاح کلیه الزامات مربوط به افشای کارت‌های اعتباری را متذکر گردد. حداقل این افشا در کشورهایی مانند آمریکا بدین شرح است<sup>۱</sup>.

- نرخ بهره سالانه (انواع نرخ‌های بهره در صورت وجود به‌طور کامل افشا می‌شود)
  - سایر نرخ‌های بهره (به‌عنوان مثال نرخ‌های بهره مربوط به برداشت نقدی و ...)
  - نرخ‌های ثابت و متغیر (عمدتاً روش محاسبه نرخ بهره ذکر می‌شود)
  - دوره بخشودگی
  - روش محاسبه مانده‌ها (روش‌های مختلف محاسبه هزینه مالی: براساس میانگین مانده روزانه، مانده تعدیل شده یا روش مانده قبلی)
  - آبونمان سالانه
  - حداقل هزینه مالی
  - توضیحات لازم مربوط به نرخ جریمه
- همان‌گونه که ذکر شد بانک بایستی در قرارداد اعتباری خود اصل افشای کامل را مدنظر قرار داده و در مورد کلیه اقلام هزینه دریافتی از مشتری، ضوابط حاکمه، و وظایف هر یک از طرفین و سایر موارد مشابه اطلاعات لازم را متذکر گردد.
- ۲- مشتری با استفاده از کارت اعتباری خود اقدام به خرید کالاها و دریافت خدمات نموده، در این حالت فروشندگان کالا و ارائه‌کنندگان خدمات نبایستی تفاوتی بین قیمت نقدی کالاها و قیمت‌های فروش اعتباری قائل شوند.

<sup>1</sup> The Federal Reserve Board, Choosing a Credit Card

۳- فروشنده کالا در پایان مقاطع زمانی مشخص (مثلاً روزانه یا هر دو روز) کلیه صورتحساب‌های مربوط به فروش اعتباری خود را برای بانک خود ارسال می‌دارد تا بانک برای دریافت وجوه مربوط به فروش مشتری اقدامات لازم را اعمال نماید. در این قسمت فروشنده بایستی در لیست ارسالی، مشخصات دقیق کالای فروخته شده را در تاریخ و ساعت مشخص فروش در کنار شماره کارت اعتباری ذکر نماید (انجام این کار با استفاده از نرم‌افزارهای کامپیوتری به سادگی انجام می‌شود).

۴- بانک فروشنده طرف مدت حداکثر ۴۸ ساعت حساب فروشنده را بستانکار کرده و از ابتدای دریافت صورتحساب فروشنده، اقدامات لازم را برای دریافت وجه از طریق بانک مشتری انجام می‌دهد و به ازای این کار از بانک مشتری کارمزد مبادله دریافت می‌کند.

بانک فروشنده می‌تواند از طریق توافقاتی که با فروشنده کالا انجام می‌دهد، درصدهایی را به‌عنوان تخفیف تجاری از وی دریافت کند، این تخفیف عموماً توافقی است و به‌عنوان مثال می‌تواند یک درصد فروش باشد. برای تعیین مبنای دقیق برای دریافت تخفیف بایستی توجه داشت که حداقل تخفیف دریافتی می‌تواند برابر با قیمت تمام شده عملیات دریافت وجه از بانک مشتری باشد.

۵- بانک مشتری پس از دریافت اطلاعات مربوط به صورتحساب مشتری (دارنده کارت اعتباری)، از طریق بانک فروشنده، ظرف مدت ۴۸ تا ۷۲ ساعت وجوه مورد مطالبه را به حساب بانک فروشنده واریز می‌نماید.

۶- عموماً بانک‌ها در پایان هر ماه اقدام به ارسال صورتحساب برای کلیه مشتریان کارت‌های اعتباری خود می‌نمایند. بانک‌ها معمولاً مدت زمانی (مثلاً ۱۰ روز) را تحت عنوان دوره بخشودگی برای مشتریان خود در نظر می‌گیرند که اگر مشتری در طول این مدت اقدام به پرداخت صورتحساب خود بنماید هیچگونه هزینه‌ای برای وی نخواهد داشت. حال در صورتی که مشتری تمایل به پرداخت مانده بدهی خود به‌صورت یکجا نداشته باشد می‌تواند درخواست پرداخت صورتحساب را از طریق تسهیلات بانکی نموده و به‌صورت اقساطی (اقساط تسهیلات) در مقاطع مشخصی اقدام به پرداخت بدهی خود به بانک نماید. بسیاری از بانک‌ها حداقل مبلغی را به‌عنوان پرداخت مشتری در نظر می‌گیرند (مثلاً ۱۰ درصد کل بدهی) و مشتری در صورت پرداخت قسطی نیز بایستی حداقل موردنظر را به بانک واریز نماید.

۷- بانک صادرکننده کارت می‌تواند مبالغی را تحت‌عنوان آبونمان به‌صورت سالانه (و حتی ماهانه) از مشتری دریافت نماید.

### ۱۱- محاسبه هزینه‌های کارت‌های اعتباری (بانک و مشتری)

بانک و مشتری در فرآیند کارت‌های اعتباری رابطه بسیار نزدیکی دارند و به دلیل رابطه ویژه بین بانک و مشتری، هزینه‌های مشتری دقیقاً بخش درآمدهای بانک‌ها را تشکیل می‌دهد. از طرفی مبنای دریافت هزینه از مشتریان شناخت صحیح هزینه کارت‌های اعتباری برای بانک هاست. از این رو در صورتی که

$A =$  تعداد حساب‌های فعال و  $B =$  هزینه‌های عملیاتی هر حساب (هزینه‌های غیرمستقیم نیز در نظر گرفته شود) باشد،

$$A \times B = \text{کل هزینه های عملیاتی (C).}$$

به عبارت دیگر کل هزینه‌های عملیاتی بانک برابر است با تعداد حساب‌های فعال ضربدر هزینه عملیاتی هر حساب فعال و در صورتی که

$D =$  میانگین مانده حساب‌ها و  $E =$  هزینه وجوه (اعم از نرخ مورد انتظار سرمایه یا نرخ استقراض) باشد، در این صورت:

$$D \times E = \text{کل هزینه وجوه مانده حساب‌ها (F)}$$

به عبارت دیگر هزینه وجوه مربوط به مانده حساب‌های اعتباری برابر است با میانگین وجوه ضربدر هزینه وجوه (نرخ استقراض یا بازده مورد انتظار سرمایه). و در صورتی که

$$G = \text{درصد سوخت مطالبات باشد،}$$

$$D \times G = \text{کل هزینه مطالبات سوخت شده (H)}$$

یعنی هزینه مطالبات سوخت شده برابر است با درصد سوخت شدن مطالبات  $\times$  میانگین مانده حساب‌ها.

$$I = C + F + H \quad \text{و جمع هزینه‌ها:}$$

یعنی کل هزینه‌ها برابر است با جمع هزینه‌های عملیاتی به علاوه هزینه وجوه مانده‌های حساب به علاوه هزینه مطالبات سوخت شده.

لازم به ذکر است که بانک‌ها به عنوان صادرکننده کارت هزینه‌های زیر را برعهده دارند<sup>۱</sup>:

<sup>۱</sup> Frontoier Economics " Joint Bank Review Of Credit Card Membership and Interchange Fees " January 2001

- ۱- هزینه‌های بازاریابی: این هزینه‌ها برای ایجاد و یافتن بازارهای مناسب انجام شده و با توجه به استراتژی پذیرفته شده بانک متفاوت است. این هزینه‌ها به تعداد تراکنش‌ها وابسته نبوده و حتی به تعداد دارندگان کارت نیز ربطی ندارد. می‌توان اینگونه اشاره کرد که عامل اصلی تأثیرگذار بر هزینه‌های بازاریابی میزان رقابت در صنعت مربوطه است.
- ۲- پردازش تقاضانامه‌ها (فرم‌ها و درخواست استفاده) کارت‌های اعتباری: این هزینه‌ها نیز به تعداد تراکنش‌ها یا مقادیر ریالی مبادلات کارت‌های اعتباری وابسته نبوده، بلکه تابع تعداد تقاضانامه‌هاست.
- ۳- تهیه و توزیع کارت‌های اعتباری: هزینه تهیه و توزیع کارت‌های اعتباری بستگی به تعداد دارندگان کارت، تکنولوژی تولید، حداقل نیازهای تهیه و توزیع و موارد مشابه دارد. این هزینه‌ها نیز به تعداد تراکنش‌ها یا ارزش ریالی مبادلات ربطی نداشته و تابعی از تعداد دارندگان کارت و هزینه‌های ساخت و ارائه کارت است.
- ۴- هزینه وجوه در دوره بخشودگی: همانگونه که در قسمت‌های قبلی توضیح داده شد بسیاری از صادرکنندگان کارت‌های اعتباری دوره‌ای را به‌عنوان دوره بخشودگی قرار می‌دهند که طی آن مشتری هزینه بهره‌ای نمی‌پردازد، از این رو تأمین هزینه‌های این دوره به عهده صادرکننده کارت بوده و تابع عوامل زیر است.
  - هزینه وجوه بانک: هر چه هزینه وجوه بیشتر باشد، هزینه دوره بخشودگی بیشتر است.
  - رفتار دارندگان کارت: برخی از مشتریان از تمام طول دوره بخشودگی استفاده نمی‌کنند در حالی که برخی دیگر از کل دوره استفاده می‌نمایند.
  - طول دوره بخشودگی: هر چه طول دوره بخشودگی طولانی‌تر باشد، هزینه این دوره بیشتر است.
  - ارزش تراکنش‌ها: هر چه مانده حساب پرداختی مشتری بیشتر باشد هزینه دوره بخشودگی بیشتر است.
- بایستی توجه داشت که هزینه دوره بخشودگی به تعداد تراکنش‌ها ربطی ندارد.
- ۵- هزینه اعتبار: این هزینه به تعداد تراکنش‌ها مربوط نبوده، تابعی است از ارزش ریالی تراکنش‌ها، نرخ‌های بهره، مانده‌های حساب مشتریان و درصدی از مشتریان که از تسهیلات بانک برای تسویه استفاده می‌کنند.
- ۶- برنامه‌های وفاداری مشتری<sup>۱</sup>: یکی دیگر از هزینه‌های منتشرکننده کارت، هزینه‌های مربوط به برنامه‌های وفاداری مشتریان است. این برنامه‌ها در بانک‌های مختلف (برای صادرکنندگان

<sup>1</sup> Loyalty Program

- مختلف کارت‌ها) متفاوت بوده، به تعداد تراکنش‌ها بستگی نداشته اما محرک‌های هزینه<sup>۱</sup> آن را می‌توان بدین شرح ذکر کرد:
- مبلغ تراکنش‌ها
  - نوع برنامه‌های وفاداری مشتری
  - درصد تمایل دارندگان کارت به برنامه‌های وفاداری مشتری
  - ۷- هزینه‌های مربوط به کسب مجوز<sup>۲</sup> و فرآیند انجام کار<sup>۳</sup> :  
این هزینه‌ها شامل :
  - هزینه‌های کامپیوتری مربوط به دریافت و ارسال پاسخ به کسب مجوز
  - هزینه‌های بوروکراسی مربوط به اعطای مجوز صدور کارت‌های اعتباری
  - هزینه‌های مربوط به تجمیع و به روز کردن اطلاعات حساب دارندگان کارت‌های اعتباری و اطلاعات تراکنش‌های جدید
  - هزینه‌های سوئیچ
  - هزینه‌های مخابرات
- این هزینه‌ها با توجه به تعداد تراکنش‌ها متغیر بوده اما به ارزش ریالی مبادلات وابسته نیستند.
- ۸- پشتیبانی دارندگان کارت و فرآیند پرداخت‌های مشتریان  
صادرکنندگان کارت معمولاً پشتیبانی سیستم‌های اعتباری مشتریان را به‌عهده دارند، که شامل هزینه نگهداری، ارسال صورتحساب، پاسخگویی به نیازها، هزینه‌های رفع اختلاف و برگشت هزینه و فرآیند پرداخت‌های مشتریان است. محرک اصلی این هزینه، تعداد حساب‌ها است.
- ۹- زیان‌های اعتباردهی<sup>۴</sup>  
انتشاردهندگان کارت‌های اعتباری همواره با این ریسک مواجهند که دارندگان کارت در پرداخت صورتحساب‌هایشان قصور ورزند. هزینه زیان‌های اعتباری با توجه به عوامل زیر متغیر است:
- انواع دارندگان کارت‌های اعتباری
  - مبلغ تراکنش‌ها
  - وضعیت عمومی اقتصاد

---

<sup>1</sup> Cost Drivers

<sup>2</sup> Authorization

<sup>3</sup> Processing

<sup>4</sup> Credit Losses

- مناسب بودن استراتژی‌های انتشار کارت‌های اعتباری به وسیله صادرکننده.  
 ۱۰- هزینه تقلب‌ها: این هزینه‌ها بسته به قوانین موجود در جامعه می‌توانند هزینه قصور را به عهده هریک از شرکت‌کنندگان فرآیند کارت‌های اعتباری قرار دهد، اما آنچه اهمیت دارد پرداخت آن در کوتاه‌مدت توسط منتشرکننده کارت است.  
 این هزینه‌ها به تعداد تراکنش مرتبط نبوده اما به حجم ریالی تراکنش‌ها، وضعیت اقتصاد و سطوح کاربرد کارت (داخلی یا بین‌المللی) وابسته است.  
 همچنین واسطه‌گران نیز هزینه‌هایی را در فرآیند کارت‌های اعتباری برعهده دارند که در ادامه مورد بحث قرار می‌گیرد. آنچه که حائز اهمیت است، تحمیل این هزینه‌ها به بانک‌ها در محیط‌هایی است که بانک نقش واسطه‌گر را ایفا می‌کند.

## ۱۲- هزینه‌های واسطه‌گران

- ۱- کنترل و نظارت بر فروشندگان جدید  
 واسطه‌گران معمولاً مسئول نظارت بر تجار برای صحت فرآیند تراکنش‌ها هستند، این هزینه‌ها به تعداد تراکنش‌ها وابسته نبوده اما به مبلغ تراکنش‌ها، تعداد کار و نوع تجار وابسته است.
- ۲- ترمینال‌های الکترونیکی  
 واسطه‌گران باید برای تجار (فروشندگان) ترمینال‌های الکترونیکی لازم (و در صورت امکان) پرینترهای موردنیاز و سایر ادوات مشابه را فراهم کنند فروشندگان در این حالت معمولاً یک هزینه ثابت ماهانه برای استفاده از شبکه می‌پردازند. این هزینه به تعداد یا مبلغ تراکنش مربوط نبوده اما بسته به تعداد تجار، تکنولوژی ترمینال‌ها، نوع ساخت آن‌ها و بسته به نوع کارت اعتباری متفاوت است.
- ۳- هزینه‌های توسعه سیستم و رفع مشکلات تکنیکی  
 واسطه‌گران و فروشندگان، هزینه‌های مربوط به توسعه و استقرار این سیستم‌های تکنیکی و تکنولوژیکی را می‌پردازند و هزینه‌های ارتقای آن نیز برعهده آن‌هاست. این هزینه‌ها به تعداد تراکنش‌ها و مبلغ آن‌ها بستگی ندارد.
- ۴- خدمات پشتیبانی به تجار  
 این هزینه‌ها شامل: نگهداری حساب‌ها، موارد حل اختلاف مربوط به صورتحساب‌ها، اطلاعات مربوط به تراکنش‌ها و تحلیل آن‌ها، نگهداری ترمینال‌ها، آموزش سالانه پرسنل و

فعالیت در مورد مشکلات ایجاد شده در قالب دعاوی حقوقی است. این هزینه به مبلغ تراکنش‌ها وابسته نبوده اما تابعی از تعداد تراکنش‌ها و تعداد تجار است.

۵- هزینه‌های واسطه‌گری و مجوز

این هزینه‌ها شامل:

- هزینه‌های انجام فرآیند<sup>۱</sup> امور و هزینه سوئیچ

- وارد سیستم شدن برای انجام تراکنش و ثبت جزییات تراکنش حساب‌های فروشندگان و هزینه‌های ارتباط است.

این هزینه‌ها به مبلغ تراکنش‌ها وابسته نبوده اما تابعی است از تعداد تراکنش‌ها، ظرفیت سیستم (حداکثر سقف تراکنش) و نیازهای امنیتی سیستم.

۶- هزینه‌های قصور و تقلب فروشندگان

در یک چرخه صحیح، فروشندگان بایستی هزینه تقلب را بپردازند اما در صورتی که هزینه‌ها به‌وسیله تجار پرداخت نشود تقریباً واسطه‌گران این هزینه‌ها را تحمل می‌کنند.

حقیقت این است که واسطه‌گران ریسک قصور (سهام تجار) را به‌خاطر احترام به مشتری می‌پردازند، به‌عنوان مثال در صناعی چون خدمت هواپیمایی در صورتی که فروشنده مبلغ خدمات را پیش دریافت کرده اما خدمت موردنظر را انجام نداده باشد، حضور نظارتی واسطه‌گران اهمیت پیدا می‌کند.

این هزینه‌ها به تعداد تراکنش وابسته نبوده اما تابعی از مبلغ تراکنش و شرایط کلی اقتصاد است.

۷- هزینه وجوه در فاصله بین فروش تا دریافت وجه<sup>۲</sup>

واسطه‌گران معمولاً هزینه وجوه بین پرداخت وجه به فروشنده تا دریافت وجه از بانک مشتری را خود برعهده می‌گیرند. این هزینه به تعداد تراکنش بستگی نداشته اما وابسته به مبلغ تراکنش و هزینه وجوه است.

## ۱۳- درآمدهای کارتهای اعتباری برای بانکها

درآمدهای کارتهای اعتباری برای بانکها در قالب زیر قابل محاسبه است:

<sup>۱</sup> Processing

<sup>۲</sup> Cost of Funding Settlement Gap



در صورتی که A تعداد حساب‌های فعال و J آبونمان سالانه کارت‌ها و K سایر کارمزدهای متداول کارت‌های اعتباری و L حاشیه بیمه‌ای<sup>۱</sup> این کارت‌ها باشد، در این صورت:

$$\text{کل کارمزدهای کارت (M)} = A * J + K + L$$

خواهد بود و در صورتی که D متوسط مانده حساب‌های اعتباری، N نرخ تسهیلات در نظر گرفته شده برای مشتریان متقاضی و O درصدی از کل مشتریان که برای پرداخت صورت‌حساب‌هایشان از تسهیلات بانکی استفاده می‌کنند باشد؛

$$\text{درآمد حاصل از سود تسهیلات (P)} = D + N + O$$

$$\text{کل درآمد (R)} = M + P$$

و لازم به ذکر است مبنای تعیین کارمزدهای کارت‌ها در بسیاری از مؤسسات صادرکننده کارت، هزینه‌های مربوط بوده و رویه واحد کلیه منتشرکنندگان کارت استفاده از روش‌های هزینه‌یابی در تعیین کارمزدها و نرخ‌های هزینه کارت‌های اعتباری است. اما فرمول ثابتی که بتوان از آن در تعیین هزینه‌های کارت‌های اعتباری استفاده نمود در هیچ یک از تحقیقات و بررسی‌هایی که تحت مطالعه قرار گرفته است یافت نشد.

## ۱۴- نحوه تعیین هزینه‌های کارت‌های اعتباری

### ۱- هزینه‌های افتتاح حساب

هزینه‌های افتتاح حساب شامل: هزینه مطبوعات مورد نیاز، هزینه یک عدد کارت، تمپر مالیاتی و سایر هزینه‌های مرتبط.

### ۲- سود تسهیلات اعطایی به مشتری

در صورتی که مشتری بخواهد از طریق تسهیلات بانکی مانده بدهی خود را تسویه نماید، نرخ سود تسهیلات اعطایی به مشتری معادل نرخ سود متعارف در نظام بانکی خواهد بود. لازم به ذکر است که رویه تعیین نرخ سود در کشورهایی که از بانکداری غیراسلامی (ربوی) استفاده

<sup>۱</sup> برخی از صادرکنندگان کارت، برای دارندگان کارت پوشش‌های بیمه‌ای خاصی قرار می‌دهند که در زمان عدم توانایی در بازپرداخت بدهی، مبالغ مربوطه را جبران می‌نماید. حاشیه بیمه‌ای تفاوت بین مبلغ دریافتی از مشتری برای بیمه و مبلغ پرداختی به شرکت بیمه است.

می‌کنند براساس هزینه‌های برآوردی کارت اعتباری<sup>۱</sup> (هزینه‌های عملیاتی، هزینه بیمه، هزینه وجوه، هزینه مطالبات سوخت شده) تعیین می‌گردد. به‌منظور تعیین هزینه سود پرداختی مشتریان، یا به عبارت دیگر انعقاد قرارداد پرداخت تسهیلات به مشتری توجه به نکات زیر ضروری است:

الف- زمان تخصیص سود تسهیلات به مشتری از تاریخ تعیین شده برای بازپرداخت (تاریخ پس از دوره بخشودگی) شروع شده و بسته به مدت قرار (۱ ماهه، ۳ ماهه، ۶ ماهه و ...) کل سود تسهیلات محاسبه می‌شود. در این حالت هزینه وجوه بین زمان پرداخت (توسط بانک) تا پایان مدت بخشودگی به‌عهده بانک بوده و هیچگونه وجهی نبایستی از مشتریان دریافت شود.

ب- در رویه‌های موجود در کشورهای دارای بانکداری غیراسلامی، نحوه محاسبه مانده برای هزینه‌های مالی متفاوت است (میانگین روزانه، ...) اما در بانکداری اسلامی به‌لحاظ نوع قرارداد و این‌که پس از انعقاد قرارداد استفاده از تسهیلات بانکی برای بازپرداخت صورت‌حساب کارت‌های اعتباری، مانده بدهی کارت اعتباری صفر می‌شود (بدهی مشتری به‌صورت تسهیلات تغییرشکل

<sup>۱</sup> نحوه محاسبه APR بدین صورت است:

A	هزینه‌های عملیاتی هر حساب فعال
B <sub>1</sub>	درآمد حاصل از بیمه هر حساب فعال
B <sub>2</sub>	کارمزدهای مربوط به هر حساب فعال
C=A-B <sub>1</sub> -B <sub>2</sub>	خالص هزینه هر حساب فعال
D	میانگین مانده حساب‌های فعال
E=C/D	خالص هزینه میانگین مانده حساب‌ها
F <sub>1</sub>	هزینه وجوه
F <sub>2</sub>	هزینه مربوط به دارایی‌های نامشهود
G	مطالبات سوخت شده
H=E+ F <sub>1</sub> + F <sub>2</sub> +G	جمع هزینه (به‌عنوان درصدی از میانگین مانده حساب‌ها)
I	درصدی از مشتریان که مانده‌های خود را یکجا نمی‌پردازند (Revolver)
J=H/I	نرخ بهره سال مورد نیاز
K=(1+J/12) <sup>12</sup> -1	نرخ بهره مورد نیاز

- یافته است) لذا روش‌های مختلف تعیین هزینه‌های مالی فاقد کاربرد خواهد بود و تنها سقف اعتباری مشتری با توجه به بدهی تسهیلاتی تغییراتی می‌یابد.
- ج- بانک‌ها می‌توانند درصدی از کل مبلغ بدهی مشتری را به صورت نقدی دریافت نموده و از لحاظ نمودن آن در تسهیلات مشتری امتناع ورزند.
- د- بانک‌ها هیچگونه هزینه‌ای تحت عنوان هزینه تراکنش از مشتری دریافت ننموده و تنها می‌توانند با انعقاد قرارداد با فروشنندگان کالا درصدی به صورت تخفیف تجاری در ازای فروش‌های اعتباری فروشنندگان دریافت دارند.
- ه- از آنجا که به دلیل متفاوت بودن بانک مشتری و بانک فروشنده امکان تخصیص کارمزد تراکنش برای تسویه وجوه بین دو بانک وجود دارد این هزینه قابل دریافت از مشتری نبوده و بانک‌های طرف حساب متحمل این هزینه خواهند شد. بدیهی است که تأثیر آن می‌تواند در درصد تخفیف دریافتی از تجار یا سایر کارمزدها لحاظ گردد.
- ۳- هزینه آبونمان سالانه
- توجه به ماهیت هزینه‌های آبونمان (مبالغ یکسان برای کلیه مشتریان) به این مهم اشاره دارد که در تعیین این هزینه بایستی اقلام مشترک در کارت‌های اعتباری لحاظ شود، این هزینه‌ها بسته به ساختار بانک‌ها می‌توانند اقلام متفاوتی را در برگیرد اما به‌طور کلی شامل هزینه‌های زیر خواهد بود:
- هزینه ارسال صورتحساب (به صورت سالانه)
  - هزینه‌های پرسنلی و اداری مربوط به پشتیبانی خدمات کارت
  - هزینه نگهداری تجهیز و تأسیسات مربوطه
  - سایر هزینه‌های مشترک مربوط به کارت‌های اعتباری
- ۴- جریمه تأخیر تأدیه
- جریمه تأخیر تأدیه وجوه، زمانی که مشتری در سررسید وجوه اقساط خود را پرداخت ننماید معادل جریمه تأخیر متداول در عرف بانکداری خواهد بود.
- ۵- هزینه درخواست افزایش اعتبار
- بانک‌ها می‌توانند برای افزایش سقف اعتباری مشتری کارمزدهایی را از مشتریان دریافت دارند. این کارمزدها می‌تواند معادل درصدی از اعتبار درخواستی از مشتری دریافت می‌گردد.
- ۶- هزینه برداشت نقدی
- هزینه برداشت وجوه نقد توسط مشتری، معادل قیمت تمام شده پول برای بانک‌هاست و بانک‌ها می‌توانند کارمزدی معادل قیمت تمام شده پول از مشتریان دریافت دارند. بدیهی است

در صورتی که مشتری تمایل به تبدیل مانده بدهی ناشی از برداشت نقدی به تسهیلات را داشته باشد، کارمزد دریافتی معادل قیمت تمام شده پول از زمان پرداخت (زمان پس از دوره بخشودگی) تا زمان انعقاد قرارداد است و پس از انعقاد قرارداد، دریافت هزینه توسط بانک در قالب سود تسهیلات خواهد بود.

۷- سایر هزینه‌ها

سایر هزینه‌ها می‌تواند شامل اقلامی چون صدور مجدد صورتحساب (معادل هزینه مطبوعات مصرفی+ هزینه‌های عملیاتی مربوط به صدور صورتحساب مجدد) و موارد مشابه باشد که بسته به نوع خدمات ارائه شده توسط بانک‌ها بر مبنای هزینه‌های مربوطه قابل وصول از مشتریان خواهد بود.

در پایان متذکر می‌شود که در موارد مربوط به هزینه‌های کارت‌های اعتباری و نحوه عملکرد آن‌ها در ایران مباحث حقوقی و شرعی مورد بررسی قرار نگرفته است. لذا بسیاری از موارد مطروحه (از جمله انواع هزینه‌ها و کارمزدها) در این فصل می‌تواند به دلیل قوانین حاکم بر عملیات بانکی کشور (به‌طور اخص مسائل شرعی و فقهی) قالب‌های دیگری را به خود گیرد.

## پیشنهادات

۱- بررسی شبکه بانکی کشور از نظر مالکیت نشان از حاکمیت بانک‌های دولتی بر شبکه بانکی دارد از این رو برای ارائه خدماتی چون کارت‌های اعتباری که نیاز به فراهم نمودن امکانات لازم و خدمات پشتیبانی مؤثر دارند، بانک‌های دولتی عمدتاً با مشکلات مالی (بودجه هزینه‌های جاری و مخارج سرمایه‌ای)، مواجه خواهند بود، همچنین به کارگیری منابع بیش از حد در این بعد توان بانک‌های دولتی را در سودآوری تضعیف نموده و از کارایی بانک‌های دولتی خواهد کاست لذا به‌منظور ارائه خدمات مناسب به مشتریان کارت‌های اعتباری بانک‌های دولتی می‌توانند به‌صورت مشترک اقدام به تأسیس شرکت‌هایی برای انجام خدمات کارت‌های اعتباری نمایند. تأسیس چنین شرکت‌هایی مزایای بسیاری برای بانک‌ها داشته که به‌اختصار موارد زیر را می‌توان برشمرد:

- ارائه خدمات با کیفیت مناسب

- امکان توزیع گسترده پایانه‌های فروش (P.O.S) در سطح فروشگاه‌ها و بهره‌مندی گسترده

بیشتری از مشتریان از خدمات کارت اعتباری

- بهسازی ساختار مالی بانک‌ها

لازم به ذکر است که با خصوصی‌سازی بانک‌های دولتی نیز کماکان تأسیس شرکت‌های مشترک کماکان مزایای فوق را برای بانک‌ها به‌همراه خواهد داشت.

۲- بسیاری از صادرکنندگان کارت‌های اعتباری عواملی انگیزشی را برای استفاده بیشتر از کارت‌های اعتباری خود برای مشتریان فراهم می‌نمایند.

عواملی چون نرخ‌های بهره پایین‌تر و بعضاً صفر، تخفیف در خرید، پوشش‌های بیمه‌ای، بیمه اجاره ماشین، بیمه تصادفات، بیمه پوشش پرداخت‌های مانده کارت اعتباری در صورت بیکار یا ناتوان شدن مشتری و ... از جمله این عوامل هستند که بانک‌های ایران نیز می‌توانند از این قابلیت‌ها بهره گیرند<sup>۱</sup>. لذا رویکردهای تشویق مصرف‌کننده بایستی در برنامه‌های بانک‌ها قرار گیرد و با در نظر داشتن نوع و ساختار ویژه اقتصاد ایران و رفتار خاص مصرف‌کنندگان عوامل انگیزشی مناسب در افزایش استفاده از کارت‌های اعتباری بسیار مؤثر خواهد بود.

۳- با توجه به اینکه نرخ‌های سود در سیستم بانکی دولتی کشور تکلیفی بوده و بانک‌های دولتی امکان ارائه نرخ‌های به‌غیر از نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار را ندارند، در صورتی که نرخ‌های مورد نیاز شبکه بانکی برای پوشش هزینه‌های کارت‌های اعتباری و کسب سود متعارف از ارائه این خدمات بیش از نرخ‌های مصوب شورای پول و اعتبار باشد بانک‌ها می‌توانند از طریق دریافت تخفیف تجاری از فروشندگان کالاها و ارائه‌کنندگان خدمات هزینه‌های خود را جبران نمایند. به‌عبارت دیگر اجرای کامل الگوی کارت‌های اعتباری می‌تواند منجر به سودآوری ارائه این خدمات گردیده و بی‌توجهی به کلیه اجزای الگوی کارت‌های اعتباری با توجه به ساختار بانکی کشور از مطلوبیت لازم برای بانک‌ها برخوردار نخواهد بود.

۴- با توجه به اینکه ایجاد انگیزه در فروشندگان کالاها و خدمات نیز برای پذیرش کارت‌های اعتباری امری بسیار مهم است بانک‌ها بایستی با ایجاد عوامل انگیزشی در فروشندگان برای پذیرش هر چه بیشتر کارت‌های اعتباری بکوشند. یکی از مهمترین عوامل انگیزشی می‌تواند

<sup>۱</sup> از این منظر کارت‌های اعتباری را به طبقات زیر تقسیم می‌کنند:

۱- کارت‌های تضمینی: این کارت‌ها نیاز به سپرده تضمینی داشته و معمولاً برای افرادی که بنا به دلایلی اعتبار محدودی دارند و یا افرادی که برای اولین بار کارت اعتباری درخواست نموده یا سوابق اعتباری بدی در گذشته دارند به‌کار می‌رود.

۲- کارت‌های معمولی: این کارت‌ها نیاز به سپرده‌گذاری نداشته و عموماً سقف اعتباری بیشتری نسبت به کارت‌های تضمینی دارند اما نسبت به کارت‌های ویژه از سقف اعتباری پایین‌تری برخوردارند.

۳- کارت‌های اعتباری ویژه (طلا، پلاتین و تیتانیوم): این کارت‌ها معمولاً سقف اعتباری بالایی داشته و ویژگی‌های خاصی مانند تضمین محصولات، بیمه‌های مسافرتی، خدمات ضروری و ... نیز برای آن‌ها دیده شده است.

تسریع در دریافت مبالغ فروش‌های انجام شده فروشندگان باشد همچنین استفاده از جوایز و اولویت در دریافت تسهیلات بانکی می‌تواند باعث افزایش انگیزه فروشندگان گردد.

۵- در بسیاری از کشورها ابزارهایی برای واگذاری مطالبات معوق ناشی از کارت‌های اعتباری و به‌عبارت دیگر توزیع ریسک حاصل از عملیات کارت‌های اعتباری دیده شده است. به‌عنوان مثال در صنعت کارت‌های اعتباری انگلستان استفاده از ابزار "تبدیل به اوراق بهادار نمودن"<sup>۱</sup> برای واگذاری مطالبات معوق کارت‌های اعتباری کاربرد گسترده‌ای دارد. بنابراین صنعت بانکداری کشور نیز بایستی در جستجوی ابزارهایی نوین برای استفاده در مواردی این‌چنینی باشد که علاوه بر تطابق با بانکداری اسلامی، به‌عنوان ابزاری مطلوب در توسعه بانکداری کشور به‌کار رود. بدیهی است که این مهم نیازمند تلاشی گسترده در صنعت بانکداری ایران بوده و با توجه به نقش اساسی بانک مرکزی به‌عنوان متولی امور بانکی در کشور، شاید همت ویژه این بانک برای توسعه صنعت کارت اعتباری الزامی باشد.

---

<sup>1</sup> Securitization

### منابع و مآخذ

Commonwealth Bank of Australia. "*Designation of Credit Card Schemes in Australia*". Submission to reserve Bank of Australia, 3 July 2001.

Francisco Cameos and Manuela Magalhaes Hill. "*Prediction of loan Defaults Using a Credit Card Scoring Model Incorporating Worthiness, Department of Economy*". UNIDE- I.S.C.T.E-PORTUGAL.

Sujit Chakravort. And Ted To. "*A Theory of Merchant Credit Card Acceptance*". December 1999 .

Kathleen W. Johnson. "*Convenience or Necessity ? Understanding The Recent Rise In Credit Card Debt*". April 2004.

Sujit Chakravorti and Ted To, "*A Theory of Credit Cards*" , July 2003

Joshua S. Gans and Stephan P. King. "*The Neutrality of Interchange fees in Payment Systems*". university of Melborn, 28 th may 2001.

Sujit Chakravorti and William R. Emmans. "*who Pays for Credit Cards?*". Federal Reserve Bank of Chicago, February 2001.

Manas Ratha and Prof. Jay W. Forrester. "*The Credit card Model*". Massachusetts Institute of Technology October 2001.

Fumiko Hayashi . "*A Puzzle of Card Payment Pricing : Why Are Merchants Still Accepting Card Payments?*". Federal Reserve Bank of Kansas City , December 28, 2004.

The Federal Reserve Board. "*Choosing a Credit Card*". October 19, 2004.

www. Hawstaffworks.com . "*How credit cards work?*"

David M.Frank. "*To switch or Not To Switch : An Examination of Consumer Behavior in the Credit Card Industry*". Iona College.

Electronic Money. "*How Credit Cards Work*". Teaching Guide.

Gans, Jashuas , and Stephen P.king 2002. "*A theoretical Analysis of Credit Card Regulation*". Melbourne Business School Working Paper No. 2002-11.

Schwartz, Marius, and Daniel Vincent." *The No Surcharge Rule and Card User Rebates : Vertical Control by a Payment* ".

Frontoier Economics ." *Joint Bank Review of Credit Card Membership and Interchange Fees* ". January 2001.

RBA/Accc .2000. "*Debit and Credit Card Schemes in Australia,*" *A study of Interchange Fee and Access*". RBA : Sydney .

Schmalensee, K. "*Payment System and Interchange Fees*". Working Paper , No 8256, NBER , 2001.

Mark Furletti . "*Credit Card Pricing Developments and their Disclosure*". January 2003.

Ausuble, L.M .1991. "*The Failure of Competition in the Credit Card Market* ". American Economic Review, 81 (1) PP.50-81.

Rochet , J-C . and . Tirole .2000. "*Cooperation Among Competitors : The Economics of Payment Card As so Citations*". Mimeo, Toulouse. April.