

**ПЕТРЕСКИ Ѓорѓи<sup>1</sup>**  
**ЈАКИМОСКИ Лазе<sup>2</sup>**

## **ПРОВИЗИИ ПРИ ТРАНСАКЦИИ СО ПЛАТЕЖНИ КАРТИЧКИ**

**Апстракт:** Позитивните екстерналии кои се емитуваат како резултат од користењето на платежните картички, претпоставуваат постоење на трошоци кои се во функција на воспоставување рамнотежа во двостраните пазари. Овие трошоци егзистираат преку плаќање на неколку видови на провизии, како што се провизијата на трговците, поровизијата на корисниците на платежни картички и провизијата на порамнување.

Поради сложеноста во функционирањето, провизиите во сите нивни појавни облици, најзастапени се во четиристраните или отворените системи со платежни картички. Провизијата на порамнување е главна компонента во првовизијата на трговците, а нејзиниот износ се утврдува со билатерални и мултилатерални договори помеѓу банките-членки на одредена мрежа. Договорите со кои се утврдува постоењето и висината на оваа провизија предизвикуваат бројни дебати во стручната и научната јавност.

**Клучни зорови:** *платежни картички, провизија на порамнување, провизија на трговецот, двострани пазари*

**PETRESKI Gorgi**  
**JAKIMOSKI Laze**

## **FEES FOR TRASCTIONS WITH PAYMENT CARDS**

**Abstract:** Positive externalities, which are broadcasted as a result of the use of the payment cards, result with costs that are in function to establish equilibrium on the two-sided markets. These costs exist through paying several kinds of fees such as the merchant's fee, the fee for users of payment cards and the interchange fees.

For the complexity of the functioning, the provisions in all their appearing forms, are mostly used in the four-sided, or opened systems with payment

<sup>1</sup>) Авторот е помлад асистент на Правен факултет – Кичево, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола

<sup>2</sup>) Авторот е асистент на Правен факултет – Кичево, Универзитет „Св. Климент Охридски“ - Битола

cards. Interchange fee is the main component of the merchant's fee and its amount is determined with bilateral and multilateral agreements between the member-banks of a certain network. The agreements by which is determined the existence and the height of this provision cause numerous debates in the professional and scientific circles.

**Key words:** *payment cards, interchange fee, merchant fee, two-sided markets*

## 1. СИСТЕМИ НА ПЛАТЕЖНИ КАРТИЧКИ

Платежните картички како финансиски инструмент за плаќање на стоки и услуги се појавиле и речиси сосем спонтано. Иако и претходно постоеле некои производи што потсетувале на денешните платежни картички, моментот на нивната масовна употреба се случил околу 1950 година и е познат како „првата вечера“. Главниот актер во овој случај бизнисменот Франк Макнамара, заедно со својот партнер Ралф Шнајдер, испирирани од овој настан основале компанија која го добила името Diners Club. Веќе следната година Diners имала 20.000 членови и со неа можело да се плаќа на 1.000 продажни места ширум Америка.<sup>3</sup> Во годините што следеле бројот на корисници рапидно се зголемил, како и местата каде што можело да се плаќа со картичка. Исто така, се зголемил и интересот за овој бизнис, што довело, во следните неколку години да се појават уште неколку брендови на платежни картички, како што се American Express, Visa International, Master Card WorldWide и други.

Економската логика издиференцирала два вида на системи со платежни картички. Системи од отворен и затворен тип. Затворениот тип на системи е познат и како клупски или тристран систем. Овој систем е карактеристичен по тоа што во шемата за употреба на платежните картички се вклучени три страни и тоа: корисник на картичката, трговец кој ја прима картичката и компанијата, која е сопственик на мрежата и која директно е вклучена во мобилизирање на членството, како што се корисниците или имателите на картичката, така и трговци кои ќе ја прифаќаат истата. Карактеристични брендови за тристриониот или клупски систем се Diners Club и American Express. Покрај тоа што во овој систем се вклучени три субјекти, тој поседува и многу други специфики, како што е провизискиот третман меѓу субјектите. За разлика од затворениот или клупски модел, четиристриониот или отворен систем се резаликува по тоа што и самиот назив кажува дека во него се вклучени четири субјекти. Тоа се: корисниците на картичките, банката која ја издала картичката, трговецот на мало кој за продадените стоки и услуги може да наплати со

---

3) <http://www.diners.com.mk/rest.asp?gID=4&sID=7>; > 8. 7. 2014 год.

картичка и банката на трговецот. Една од најголемите специфики на овој систем е тоа што склучувањето на трансакцијата е проследено со плаќање на провизиски износи меѓу субјектите. Провизиите кои се застапени во секој сегмент од реализацијата на соодветната трансакција и што понатака ќе бидат главно поле на интерес во овој труд се појавуваат од почеток на корисничкиот однос помеѓу корисникот на картичката и нејзиниот издавач. Друга карактеристика на овие системи е тоа што во ажурирањето на членство (корисници и трговци), не е вклучена директно компанијата која е сопственик на мрежата ниту таа е вклучена во финансиските аспекти на соодветна трансакција. Во нејзино име истапуваат банките кои се членки на одредена групација MasterCard и Visa International.

Системот претпоставува постоење на многу банки кои се членки една групација, а тоа од друга страна претпоставува дека товарот за ажурирање на членство е дисперзиран на повеќе деловни субјекти, кои во исто време се и конкуренти. Овој е и еден од главните фактори кои обезбедуваат поголема масовност во користењето на картички од овој вид на системи.

## 2. ДВОСТРАНИ ПАЗАРИ

За да се објасни функционирањето на системите со платежни картички, најнапред мора да се обрати внимание кон феноменот на двостраните пазари и мрежниот ефект, кој се појавува во полето на функционирање на истите.

Посебно внимание во проучување на двостраните пазари посветил професорот по право на Универзитетот од Чикаго Дејвид Еванс кој овие двострани пазари ги објаснува преку примерот на функционирање на посредничките клубови во Јапонија.

Станува збор за обични барови или кафетерии кои нудат специфични начини на средби помеѓу момци и девојки. Овие клубови се организирани така што се поделени на два дела со стакло. Во едниот дел седат мажи, а на другиот дел седат жени. Доколку некој маж здогледа некоја жена која му се допаѓа може да побара од келнерот да и однесе љубовно писмо. Но, како што тој го наслови неговиот труд на оваа тема „За танго се потребни двајца“. За да функционира ваквиот модел на бизнис мора сопствениците на овие клубови да се потрудат да привлечат доволно мажи и жени за средба. Притоа, тие треба да бидат свесни дека за да ја остварат нивната идеја, на располагање им стои ценовната политика. Што се однесува на овие клубови, мажите плаќаат одредена сума за членство и плус одреден износ за секоја поединечна посета, додека на жените тоа им е овозможено бесплатно. Ваквата ценовна структура е со непропорционално распределен терет помеѓу страните. Но, сепак тој е најсоодветен ценовен оптимум со кој може да се привлечат двете страни на соодветниот пазар, при што истиот

може да продуцира профит за сопствениците и позитивни екстерналии за останатите учесници.

Во тој правец, Еванс, двостраните пазари ги дефинира како пазари каде постојат две класи на консументи и секоја класа ќе ја вреднува услугата, само доколку и другата ја купува истата. Во овие пазари, производот или услугата ќе имаат вредност само доколку истата може да ја консумираат заедно.<sup>4</sup>

По принципот на двострани пазари функционираат многу од индустриите на XXI век. Како останати примери можат да се наведат платежните системи со картички, компјутерската индустрија (оперативните системи), како и повеќето пазари на кои е застапен бизнисот со директно или индиректно посредување. Може да се заклучи дека за постоење на двостран пазар е потребно постоење на два вида клиенти, вредноста која ќе се добие од ползувањето на двостраниот производ да се зголемува со зголемувањето на клиентите од другата страна на пазарот и најважно да постои посредник кој има улога на креатор на двостраниот пазар или произведувач на двостраниот производ. Како што споменав претходно, двостраните пазари се карактеризираат со мрежен ефект. Кога извесна индустрија е „осетлива“ на т. н. мрежен ефект тоа значи дека услугата, односно производот има поголема вредност доколку повеќе корисници се служат со истиот.<sup>5</sup>

Пример за ваквото ефектуирање врз двостраните пазари се системите со платежни картички. Имено, колку повеќе корисници на картички се клиенти на иста платежна мрежа, толку повеќе трговците ќе бидат принудени да прифатат таков вид на картички и обратно, колку повеќе трговците прифаќаат картички од одреден бренд толку повеќе корисниците ќе бидат принудени да користат картички од тој бренд бренд. Специфично е тоа што кај двостраните пазари можат да се појават и антиконкурентски елементи. Така при влезот во бизнисот, фирмите, примарната инвестиција можат да ја направат или во поставување на ПОС (point of sale terminal) терминали, со што би го стимулирале безготовинскиот платен промет или во издавање на одреден број на картички со посебни погодности за нивните корисници. Ако имаме ситуација како во првиот случај, тогаш корисниците на картички од други брендови не би можеле да ги користат позитивните екстерналии на нивните платежни картички и на некој начин би биле принудени да станат корисници на брендот со кој можат

---

<sup>4</sup>) Evans, David S., It Takes Two to Tango: The Economics of Two-Sided Markets, The Payment Card, Economics Review, Two-Sided Markets and Interchange Fees, Страна 3, Winter 2003.

<sup>5</sup>) Дојчиновска, Ана, Платежните картици: пријател на купувачите, непријател на трговците?, Списание за правници ПРАВНИК, ноември 2007, стр. 45.

да плаќаат кај најголемиот број трговци. Во другиот случај, доколку примарната инвестиција на фирмата е во издавање на поголем број на картички со посебни погодности за нивните корисници, тогаш трговците би биле принудени да инсталираат ПОС терминали од брендот кој го поседуваат најголениот број на корисници на картички. И во едниот и во другиот случај присутен е елемент на принудување, со што фирмите можат да наметнуваат непропорционално поголеми цени за користење на услугата на едната или на другата страна на пазарот. Овие трошоци во индустријата со платежни картички се наплаќаат во вид на провизии, а се познати како: провизија на трговеците (merchant fee), провизија на корисниците (cardholder fee) и провизија на порамнување (interchange fee) и за нив ќе стане збор подолу во текстот. Следната специфика на бизнисите во двостраните пазари е претставена преку бариерите за влез на фирмите во овој тип на пазари. Станува збор за тоа што бариерите за влез во овој вид на бизниси се многу големи, така што почетната инвестиција, односно почетните загуби на компанијата се во обратнопропорционален однос со почетниот број на клиенти. Или, на друг начин кажано колку поголем ќе биде почетниот број на корисници на картички и трговци кои ќе ги прифаќаат истите, толку помали ќе бидат иницијалните загуби на компанијата за зацврстување на пазарот.

Меѓу најбитните претпоставки за функционирање на двостраните пазари или пазарите со мрежен ефект е да се направи правилна ценовна структура, односно како што во литературата се практикува да се именува овој проблем, како проблемот со „јајцето и кокошката“. Решавањето на овој проблем значи да се донесе соодветен број на клиенти на двете страни од пазарот. Во спротивно, овој пазар не може да опстои, поради тоа што ако нема доволно трговци кај што може да се плаќа со картичка од одреден бренд и корисниците на картички ќе го избегнуваат тој бренд на картички, или ако нема доволно корисници на картички, трговците нема да прифаќаат картички од тој бренд. Со цел да се оствари претпоставката за привлекување на доволно клиенти на двете страни на пазарот, фирмите често прибегнуваат кон субвенционирање на критичната страна на пазарот. Меѓутоа, ако компанијата субвенционира една од страните, таа редовно прибегнува кон наметнување на непропорционално повисоки трошоци на другата страна, како што погоре ги објаснив клубовите за средби во Јапонија. По овој пример функционираат и дневните весници кои од читателите наплаќаат незначителен износ, со кој се покриваат само дистрибутерските трошоци, или воопшто не наплаќаат, но затоа наплаќаат високи износи од оние кои што сакаат да се рекламираат во нив.

Неправилното распределување на финансискиот тоовар на двете страни на пазарот доведува до појава на еден друг феномен наречен мултихоминг. Мултихомингот претставува ситуација кога на клиентите

од едната страна на пазарот, се потпираат на повеќе од еден продавач. Како пример за мултихоминг може да се наведе кога платежните системи наплаќаат висок износ на провизија на трговецот, тој може да се одлучи да прифаќа и картички од друг бренд. Купувачите на куќи често користат услуги на повеќе агенции за недвижности итн.<sup>6</sup> Мултихомингот како феномен кој се појавува меѓу бизнисите во двостраните пазари, ја стимулира конкуренцијата и на тој начин придонесува во намалување на цените, но и воспоставување рамнотежа на двете страни на пазарот со што го олеснува решението на „проблемот со јајцето и кокошката“.

### 3. ПРОВИЗИИ

Застапеноста на големиот број субјекти при трансакциите со платежни картички, било тоа да се направени на со подигање на готовина на АТМ терминал, плаќање на стоки и услуги офлајн на ПОС терминал или купување со картичка онлајн на виртуелен ПОС терминал, претпоставува на добивање на удел во вредноста на секоја трансакција, за секој субјект вклучен во трансакцијата, сразмерно на својата улога при реализација на истата.

Станува збор за тоа дека провизиите во бизнисот со платежни картички се застапени во секој сегмент, почнувајќи од добивање на картичката и овој трошок е наречен провизија на корисникот или членарина (cardholder fee). Понатака, наплата на провизија сретнуваме кога корисниците на картички подигнуваат готовина од АТМ терминал, а посебно кога се подига готовина на АТМ од друга банка.<sup>7</sup> Корисниците кои плаќаат стоки и услуги со картичка на ПОС терминал, не се директно оптоварени со провизиски давачки. Ваквото решение има и позитивни финансиски екстерналии поради тоа што на овој начин се стимулира безготовинскиот платен промет. Но, сепак интенцијата на креаторите на ваквата политика не се остварување на фискални и монетарни цели, туку нивниот интерес го гледаат преку наплаќањето на провизија од трговците (merchant fee), кои нивните стоки и услуги ги наплатиле со картичка.

Кај четиристраните системи со платежни картички се јавуваат дизбаланси во ангажманите помеѓу банките издавачи и банките примачи. Така, банката издавач на картичката има несразмерно поголеми трошоци

---

<sup>6</sup>) Evans, David S., It Takes Two to Tango: The Economics of Two-Sided Markets, The Payment Card, Economics Review, Two-Sided Markets and Interchange Fees, страна 6, Winter 2003.

<sup>7</sup>) Банките во најголемиот број случаи наплатуваат одреден процент на провизија од подигнатиот износ на АТМ терминал, кога тоа се прави со кредитни картички, додека подигањето на готовина со дебитна картичка е ослободено од плаќање на провизија, но само доколку тоа е направено на банкомати од банката издавач.

околу сервисот на картичката кој му го дава на корисникот на картичката, од банката на трговецот, преку чив терминал се реализира трансакцијата. Овие дизбаланси во ангажманите на банките примачи и банките издавачи на картичките се решаваат со еден друг вид на провизија или провизија на порамнување (interchange fee). Оваа провизија е најдискутираниот дел во картичарската индустрија и тоа и од научен и од практичен аспект и поради тоа и во овој труд ќе и се посвети поголемо внимание.

### *Провизии во трестраните (затворени) системи*

За затворените системи со платежни картички може да се каже дека за разлика од отворените или четиристрани системи, функционираат на многу поедноставен начин. Во системот се вклучени три субјекти и тоа: компанија која е сопственик на мрежата, трговци и корисници на картички. За овие системи е карактеристично тоа што кај нив најчесто се застапени кредитните картички, иако во поново време често се забележуваат и картички кои се издадени од банки по претходно добиена лиценца од некоја компанија. Во Македонија, Алфа банка АД, Скопје за првпат ја издаде првата Enter American Express картичка која е поврзана со тековната сметка на нејзиниот корисник.

Доколку картичката не е издадена директно од компанијата, туку како во наведениот случај од некоја лиценцирана банкарска институција, тоа не значи дека станува збор за функционирање на отворен систем.<sup>8</sup> Оваа шема функционира на малку посложен начин. Значи доколку една компанија која ја издава нејзината картичка преку лиценцирана банка (bank issuer) и друга банка која ќе ги сервисира потребите на трговците, односно банка прифаќач (bank acquirer) во тој случај не настануваат хоризонтални односи помеѓу двете банки, односно не станува збор за наплаќање провизија на порамнување (interchange fee), туку во затворените системи имаме вертикални односи. Двете банки имаат односи само со компанијата која е сопственик на мрежата. Овој начин на функционирање им овозможува на нивните корисници, со картичка која е издадена од банка или друга лиценцирана финансиска институција во една држава да ја користат на АТМ и ПОС терминали во сосема друга држава без притоа да има потреба банката издавач да има склучено договор со банката прифаќач. Во овие системи најзастапена е провизијата за членство (membersheep fee) која се плаќа како на годишно ниво. Оваа провизија се наплатува од корисниците на палтежни картички, додека од трговците се наплатува провизија на

---

<sup>8</sup>) Prager, Robin A. Manuszak, Mark D. Kiser, Elizabeth K. And Borzekowski Ron. Interchange Fees and Payment Card Networks: Economics, Industry Developments, and Policy Issues. Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, Washington, D.C.. May 13, 2009. Стр. 10

трговецот (merchant fee) како процент од секоја трансакција.

Со оглед на тоа дека копанијата која е сопственик на платежната мрежа е директно вклучена во ажурирањето на членство, но и во сите финансиски аспекти на секоја трансакција можат да понудат различни услови и поволности за користење на нивните картички, но тоа овие картички ги прави поскапи за обичните корисници.<sup>9</sup>

### ***Провизии во четиристраните (отворени) системи***

За разлика од тристраните системи, во четиристраните системи постојат четири субјекти кои се вклучени во реализирањето на трансакциите. Компанијата која е сопственик на мрежата не е директно вклучена во финансиските аспекти на трансакциите. Овде банките кои се лиценцирани да издаваат картички со одреден бренд ги регрутираат како корисниците, така и трговците. Во овие системи е можна и конкуренција меѓу банките кои се членки на една иста групација.

На илустративен начин функционирањето на четиристранниот систем функционира вака: корисникот на картичката е главниот иницијатор за започнувањето на трансакциониот процес. Во моментот кога тој ќе сака купените стоки и услуги да ги плати со својата картичка, трговецот испраќа електронско барање за авторизација<sup>10</sup> на картичката, заедно со износот (вредноста на стоката) и податоци за идентитетот на корисникот на картичката на банката прифаќач, таа барањето го проследува до сопственикот на мрежата, а тие до банката издавач. Трансакцијата се проверува во однос на тоа дали има активна сметка, дали има покритие на сметката од страна на нејзиниот процесор или нејзиниот издавач. Пораката за авторизирање или одбивање на трансакцијата по обратен пат се враќа до трговецот.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup>) Можат да се наведат повеќе примери за ваквите ценовни политики на овие компании. На пример Алфа Банка А. Д. Скопје за својата Enter American Express картичка на почетокот наплатуваше 1500 денари годишна членарина, но сите оние кои ќе направат годишен обрт од 100.000 денари се ослободени од членарина. На тој начин таа станува привлечна понуда за сите кои се спремни да потрошат 100.000 денари со нивната картичка, не неисплатлива понуда за обичните корисници. <http://www.vmacedonianews.com/2007/03/american-express-credit-card-promoted.html>> 23. 8. 2014 год.

<sup>10</sup>) Авторизација на трансакцијата (Authorization of transaction) – претставува проверка на важноста на картичката, проверка на покритието на картичката (салдо, кредит, лимит), како и други потребни услови за извршување на трансакцијата.

<sup>11</sup>) Prager, Robin A., Manuzsak, Mark D., Kiser, Elizabeth K. And Borzekowski Ron, Interchange Fees and Payment Card Networks: Economics, Industry Developments, and Policy Issues. Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, Washington, D.C.. May 13, 2009. Стр. 108. 2014 год.



Договорот за користење на платежна картичка, по својата правна природа претставува договор за налог<sup>12</sup>, па така корисникот на картичката при користењето на платежната картичка дава електронски налог на банката издавач, од неговото салдо или одобрен кредитен лимит, да префрли одреден износ на сметката на трговецот. По авторизацијата на електронскиот налог банката издавач или банката на корисникот од неговата сметка на банката на трговецот го префрла износот за купените стоки и услуги намален за т.н. провизија на порамнување, а банката прифаќач добиениот износ намален за т.н. провизија на трговецот го префрла на сметката на трговецот.

### *Провизија на порамнување (interchange fee)*

Механизмот на провизијата на порамнување е комплексно прашање кое вклучува многу партиципенти во реализацијата на трансакциите со платежни картички. Таа е продолжение на плаќањата од корисникот на картичката, како што се годишната членарина, камати на дозволеното пречекорување на сметката, но и трошоци за конверзија во друга валута доколку плаќањето се врши во странство. Овој трошок е многу малку познат на пошироката јавност. Во последните декади механизмот на провизијата на порамнување е сè поприсутен во јавните дебати за висината на нејзиниот износ, но и воопшто за оправданоста од наплатата на оваа провизија. Она што посебно ја прави дискутабилна оваа давачка е начинот на кој таа е воспоставена како конститутивен елемент на четиристраниот платежен систем. Станува збор за договорите помеѓу банките издавачи и банките прифаќачи на картички со кои таа се фиксира или на друг начин се договара нејзиниот износ, бидејќи таа може да биде билатерално и мултилатерално договорена. Дали можеби тука станува збор за противправни договори со антиконкурентски елементи? Но, без разлика на начинот на кој таа се утврдува, наплатува или договара таа останува главен механизам за оптимална алокација на трошоците кои ги прават субјектите при реализација на секоја трансакција. Тоа доведува до зголемување на вкупниот обем на трансакции со платежни картички.<sup>13</sup> Евентуалното зголемување на процентот при секоја трансакција може да доведе до намалување на трансакциите направени со картичка, но и потполно откажување на некој корисници од овој начин на плаќање и прибегнување кон готовина, чекови и др. Ова е поради тоа што оваа провизија се карактеризира со ДДВ-ефектот, односно пренесување на

---

<sup>12)</sup> Radović, D-r Mirjana, Odnos banke i korisnika u slučaju zloupotrebe platnih kartica, Pravni život br.13/2007, стр. 217 - 238

<sup>13)</sup> An examination of the economics of payment card systems, Published by Swiss National Bank, Juli 2009, стр. 12

финансиското оптоварување на секој следен во низата, сè додека тоа е можно.<sup>14</sup> Ако се земат предвид договорите со кои трговците се обврзуваат дека нема да ги менуваат цените во малопродажбата по основа на начинот на кој ќе се изврши плаќањето, доаѓаме до заклучок дека провизијата на порамнување ќе има ефект на општо зголемување на цените на мало. Тоа значи дека и оние купувачи кои ги плаќаат купените стоки и услуги со готовина, ќе плаќаат поголема цена. Од теоретска гледна точка оваа би било неоправдан трошак за оние што не користат картички, но законодавставата ова премолчано го одобруваат. Така во Р. Македонија во Законот за регистрирање на готовинските плаќања се утврдува обврска за сите трговци на мало, покрај задолжителното поседување на фискална каса да поседуваат и читач на платежни картички.<sup>15</sup> Со ова отпаѓа и можноста трговците да не прифаќаат плаќање со картички, а со тоа и трговците кои даваат можност за плаќање со картичка, по правило да бидат ставени во понеповолна состојба, во однос на оние кои не овозможиле плаќање со картичка, а со тоа и би понудиле поатрактивни цени на пазарот.

Провизијата на порамнување може да се појави во повеќе различни форми. Покрај тоа што секоја платежна мрежа си има свој начин на определување на провизијата на порамнување можат се појават разлики и во рамките на една иста мрежа, во зависност од видот на картичката, провизии кои се наплаќаат при трансакции на домашниот пазар, регионални и меѓународни плаќања.

Провизијата на порамнување е широко распространета и на пазарот со АТМ терминали. Во овој случај, за разлика од практиката во картичните системи, тие се движат по обратен редослед, подносно од банката издавач на картичката кон банката која е сопственик на АТМ терминалот од кој се повлекува готовина<sup>16</sup>.

### **Заклучок**

Платежните системи со картичка се класични примери за функционирање на двостраните пазари. Тоа посебно е изразно кај четиристраните или отворените системи. Овде постои јасна диференцијација на две класи на клиенти (трговци кои прифаќаат плаќање со картичка и корисници на картички). Како и кај сите други примери за двострани пазари, така и кај платежните картички постојат одредени

---

<sup>14</sup>) Дојчиновска, Ана, Платежните картици: пријател на купувачите, непријател на трговците?, Списание за правници ПРАВНИК, ноември 2007, стр. 46.

<sup>15</sup>) Чл. 3 од Закон за регистрирање на готовинските плаќања Сл. весник на РМ, бр. 31/2001 .....188/2013

<sup>16</sup>) An examination of the economics of payment card systems, Published by Swiss National Bank, Juli 2009, стр.13

диспропорционални оптоварувања при производството на двостраниот производ. Ваквата диспропорционална распределба на трошоците се неутрализира со воспоставање на провизии, кои имаат за цел да ги алоцираат овие трошоци и на тој начин да се воспостави правилна рамнотежа на двостраниот пазар.

Провизијата на порамнување е главна компонента на провизијата на трговците и таа се плаќа од страна на банката прифаќач на картичка, на банката која ја издала картичката. Овој тек на плаќањата е детерминиран од несразмерно поголемите трошоци на банката издавач на картичката во однос на банката примач. Покрај трошоците кои банката издавач ги има при издавањето на картичката, таа го сноси и ризикот од евентуална злоупотреба на картичката или неавторизирани трансакции. По многубројните расправи за оправданоста на провизијата на порамнување, потребата од нејзе станува неспорна, но и понатака останува дискутабилен начинот на кој таа се договара помеѓу банките членки на една иста мрежа. Но, и начинот на кој таа се договара станал неспорен со оглед на специфичноста на пазарот на платежни картички. И Европската комисија во случајот *NaBanko vs Visa* кој се водеше пред американските судови и во случајот *Eurocommerce vs Visa* кој се водеше пред Европската комисија се докажа дека провизијата на порамнување и начинот на кој таа се договара е од егзистенцијална важност за функционирање на четиристраните платежни системи со картичка.

### **Користена литература**

- [1] Дојчиновска, Ана, Платежните картици: пријател на купувачите, непријател на трговците?, Списание за правници ПРАВНИК, ноември 2007
- [2] An examination of the economics of payment card systems, Published by Swiss National Bank, Juli 2009
- [3] Wildfang, K. Craig, Marth, Ryan W., The Persistence Of Antitrust Controversy And Litigation In Credit Card Networks,
- [4] Prager, Robin A. Manuszak, Mark D. Kiser, Elizabeth K. And Borzekowski Ron. Interchange Fees and Payment Card Networks: Economics, Industry Developments, and Policy Issues. Finance and Economics Discussion Series Divisions of Research & Statistics and Monetary Affairs Federal Reserve Board, Washington, D.C.. May 13, 2009. Radović, D-r Mirjana, Odnos banke i korisnika u slučaju злоупотребе platnih kartica, Pravni Život br.13/2007, стр. 217 - 238
- [5] Hayashi, Fumiko, Weiner, Stuart E., Competition and Credit and Debit Card Interchange Fees: A Cross-Country Analysis, Competition and Efficiency in Payment and Security Settlement Systems Conference Co-sponsored by the Bank of Finland and the CEPR Bank of Finland,

- Helsinki, October 13-14, 2005
- [6] Éva Keszy, Harmath Gergely, Kóczán Surd, Kováts, Boris Martinovic, Kristóf Takács, The role of the interchange fee in card payment systems, MNB OCCASIONAL PAPERS 96, 2012.
  - [7] The Economic Impact of Interchange Fee Regulation in the UK, Final Report 28 June 2013.
  - [8] European Commission, Interim Report I Payment Cards, Sector Inquiry under Article 17 Regulation 1/2003 on retail banking, 12 April 2006.
  - [9] Börestam, Ann , Schmiedel, Heiko, Interchange Fees In Card Payments, Ocasional Paper Series, No 131 / September 2011
  - [10] Frankel, Alan S., Shampine, Allan L., The Economic Effects Of Interchange Fees, Antitrust Law Journal. 627
  - [11] Wildfang, K. Craig, Marth, Ryan W., The Persistence Of Antitrust Controversy And Litigation In Credit Card Networks, Antitrust Law Journal, 675
  - [12] United States Government AccountabilityOffice, GAO Report to Congressional Addressees, Credit Cards, Rising Interchange Fees Have Increased Costs for Merchants, but Options for Reducing Fees Pose Challenges, November 2009.