

Česká zemědělská univerzita v Praze

Provozně ekonomická fakulta

Katedra řízení



Bakalářská práce

**Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet
v maloobchodě**

Filip Zedník

© 2023 ČZU v Praze

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Filip Zedník

Ekonomika a management

Název práce

Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet v maloobchodě

Název anglicky

Proposal Measures to Increase the Use of the Payment Cards in Retail

Cíle práce

Vypracování návrhu opatření pro zvýšení možností využívání platebních karet v maloobchodě. Splnění dílčích cílů vyžaduje charakterizovat rozdíly možností využívání platebních karet ve větších městech a na venkově a zjištění požadavků lidí, které by mohly zvýšit využívání platebních karet.

Metodika

Práce i metodika jsou rozděleny do dvou částí. První část práce představuje výchozí teoretický základ získaný formou rešerše dané problematiky.

V praktické části je pro zjištění potřebných informací použito dotazníkové šetření a statistické metody pro vyhodnocení získaných informací. Pro zjištění možností zvýšení placení kartami na venkově je použita SWOT analýza pro získání silných a slabých stránek možností uplatnění platebních karet.

Doporučený rozsah práce

50 – 60

Klíčová slova

Platební karty, maloobchod, dotazník, banka, POS-terminál, VISA, EUROCARD, MASTERCARD.

Doporučené zdroje informací

Dubinsky, I. Acquiring Card Payments, Taylor & Francis Ltd, 2019, 246 s. ISBN 978-036-734-2845

Juřík, P. Svět platebních karet, první vydání, Praha: RADIX, spol. s.r.o., 2001. 144 s. ISBN 80-901853-1-2

Kalabis, Z. Bankovní služby v praxi: Jak se zorientovat v nabídce bankovních produktů. Brno: Computer Press, 2005. ISBN 80-251-0882-1

Máče, M. Platební styk klasický a elektronický. Praha: Nakladatelství GRADA Publishing, 2006. ISBN 80-247-1725-5

Polouček, S. Bankovníctví. 1. vyd. Praha: C.H. Beck, 2006, 716 s. ISBN 8071794627

Revenda, Z. Peněžní ekonomie a bankovníctví. Vyd. 4. Praha: Management Press, 2008, 627 s. ISBN 978-80-7261-132-4

Schlossberger, O. Elektronické platební prostředky. 1. vyd. Praha: Bankovní institut vysoká škola, 2005, 276 s. ISBN 80-7265-073-4.

Schlossberger, O. Platební služby. Vyd. 1. Praha: Management Press, 2012, 325 s. ISBN 978-80-7261-238-3

Předběžný termín obhajoby

2022/23 LS – PEF

Vedoucí práce

Ing. Arnošt Traxler, CSc.

Garantující pracoviště

Katedra řízení

Elektronicky schváleno dne 12. 6. 2022

prof. Ing. Ivana Tichá, Ph.D.

Vedoucí katedry

Elektronicky schváleno dne 27. 10. 2022

doc. Ing. Tomáš Šubrt, Ph.D.

Děkan

V Praze dne 15. 02. 2023

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že svou bakalářskou práci „Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet v maloobchodě“ jsem vypracoval samostatně pod vedením vedoucího bakalářské práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány v práci a uvedeny v seznamu použitých zdrojů na konci práce. Jako autor uvedené bakalářské práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušil autorská práva třetích osob.

V Praze dne 15.03.2023

Poděkování

Rád bych touto cestou poděkoval Ing. Arnoštu Traxlerovi, CSc. za odborné vedení a čas, který strávil při konzultacích a jiných aktivitách spjatých s touto bakalářskou prací.

Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet v maloobchodě

Abstrakt

Příjmení a jméno autora: Filip Zedník

Název instituce: Česká zemědělská univerzita v Praze

Název práce v českém jazyce: Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet v maloobchodě

Název práce v anglickém jazyce: Proposal Measures to Increase the Use of the Payment Cards in Retail

Vedoucí práce: Ing. Arnošt Traxler, CSc.

Rok obhajoby: 2023

Cílem bakalářské práce „Návrh opatření pro zvýšení používání platebních karet v maloobchodě“ je prostřednictvím dotazníkového šetření cílit na skupiny držitelů platebních karet a posoudit vliv pohlaví, věku a dosaženého vzdělání na jejich platební návyky. Dosažitelným výsledkem by mělo být sestavení motivačních systémů v podobě platebních karet na míru pro jednotlivé skupiny držitelů.

V první části jsou popsány platební karty a jejich náležitosti a je zahrnuta také historie využívání karet na českém území i ve světě. Tato část bude obsahovat také popis akceptačních zařízení, jako jsou bankomaty, platební terminály a platební brány. Na závěr teoretické části jsou identifikováni účastníci transakcí i s popisem průběhu samotné transakce. V praktické části jsou analyzována data získaná prostřednictvím dotazníkového šetření. Následovat bude posouzení vlivu pohlaví, věku a dosaženého vzdělání. Na závěr praktické části je sestaveno motivační opatření pro zvýšení užívání platebních karet.

Klíčová slova: Platební karty, maloobchod, dotazník, banka, POS-terminál, VISA, EUROCARD, MASTERCARD, držitel karty, platební brána

Proposal Measures to Increase the Use of the Payment Cards in Retail

Abstract

The aim of the bachelor thesis " Proposal Measures to Increase the Use of the Payment Cards in Retail" is to target groups of payment card holders through a questionnaire survey and to assess the influence of gender, age and educational attainment on their payment habits. The achievable result should be the creation of incentive systems in the form of payment cards tailored to individual groups of holders. The first part describes payment cards and their essentials and also includes the history of card use in the Czech Republic and in the world. This section will also contain a description of acceptance devices such as ATMs, payment terminals and payment gateways. At the end of the theoretical part, the participants in the transactions are identified with a description of the course of the transaction itself. The practical part analyzes the data obtained through the questionnaire survey. This will be followed by an assessment of the impact of gender, age and educational attainment. Finally, incentive measures to increase the use of payment cards are drawn up.

Keywords: Payment cards, retail, questionnaire, bank, POS-terminal, VISA, EUROCARD, MASTERCARD, cardholder, payment gateway

Obsah

1. Úvod.....	10
2. Cíl práce a metodika	11
3. Teoretická východiska	12
3.1. Historie platebních karet ve světě	12
3.2. Vznik platebního systému VISA	13
3.3. Vznik platebního systému MasterCard	14
3.4. Historie platebních karet v České republice.....	14
3.5. Charakteristika platebních karet	16
3.6. Členění karet.....	17
3.6.1. Debetní karty	18
3.6.2. Kreditní karty	18
3.6.3. Charge karty	18
3.6.4. Nákupní úvěrové karty	19
3.7. Rizika zneužití platebních karet	19
3.7.1. Ztráta či odcizení platební karty.....	19
3.7.2. Padělky.....	20
3.7.3. Phishing.....	20
3.7.4. Skimming.....	20
3.8. Platební terminály.....	21
3.8.1. Popis platebních terminálů.....	21
3.8.2. Historie platebních terminálů.....	21
3.8.3. Rozdělení platebních terminálů	22
3.8.4. Doplňkové služby pro držitele platebních karet	22
3.9. Platební brány.....	23
3.9.1. Popis platebních bran	23
3.9.2. Historie platebních bran	23
3.10. Bankomaty.....	24
3.10.1. Popis bankomatů.....	24
3.10.2. Historie bankomatů.....	24
3.11. Účastníci transakcí platebními kartami	25
3.11.1. Obchodní banky	25
3.11.2. Karetní asociace	25

3.11.3.	Držitelé platebních karet.....	26
3.11.4.	Obchodníci.....	26
3.12.	Transakce	26
3.12.1.	Průběh transakce	26
3.12.2.	Poplatky	27
3.13.	Regulace trhu	27
3.13.1.	Zákony	28
3.13.2.	Pravidla regulace.....	28
4.	Vlastní práce.....	30
4.1.	Popis tvorby dotazníkového šetření	30
4.2.	Dotazník	31
4.2.1.	Část 1 – Informace o respondentech.....	31
4.2.2.	Část 2 – Každodenní placení respondentů.....	34
4.2.3.	Část 3 - Placení respondentů na internetu.....	37
4.2.4.	Část 4 – Motivace respondentů.....	39
4.3.	Vlivy na rozhodování respondenta.....	43
4.3.1.	Vliv pohlaví	43
4.3.2.	Vliv věku.....	46
4.3.3.	Vliv dosaženého vzdělání	50
4.4.	Motivační systém	55
4.4.1.	SWOT analýza – systematická motivace.....	56
4.4.2.	Skupina – ženy	57
4.4.3.	Skupina – muži	60
5.	Zhodnocení výsledků	63
5.1.	Doporučení.....	64
6.	Závěr.....	65
7.	Seznam použitých zdrojů	66
7.1.	Literární zdroje.....	66
7.2.	Internetové zdroje.....	67
8.	Seznam obrázků; Seznam tabulek; Seznam grafů; Seznam použitých zkratk	68

1. Úvod

Platební karty jsou nepřetržitě se vyvíjející platební nástroj, který slouží k provádění bezhotovostního platebního styku. Od prvního předchůdce platebních karet uplynulo již zhruba 130 let. Od té doby dochází k dynamickému rozvoji bezhotovostního placení, který významně ovlivňuje technologické počiny moderní doby. S nástupem bezkontaktní formy úhrady byly platební karty využívány i na místech, kde se dříve preferovaly hotovostní prostředky. Jedná se například o místa, kde probíhají úhrady v menších jednotkách. Výhodami platebních karet je například rychlost zpracování transakcí, okamžitá dostupnost platebních prostředků nebo zabezpečení platebních prostředků.

Transakcí se jako hlavní subjekty účastní držitelé karet, kteří platí obchodníkům za pořízení zboží nebo služeb. Platební karty přinášejí největší přínosy bankám a karetním asociacím, které získávají určitou finanční část z každé transakce nebo za samotné využívání těchto karet.

Za kolébku platebních karet jsou označovány Spojené státy americké, na jejichž území byly vydány první platební karty a probíhal zde největší rozvoj v oblasti bezhotovostních plateb.

V českých zemích dle České národní banky bylo za dobu rozvoje platebního styku do roku 2021 vydáno 14,5 milionů platebních karet. Z tohoto počtu bylo 90,3 % debetních karet. V České republice bylo v roce 2021 provozováno bankami na českém trhu celkem 5,3 tisíce bankomatů. Ve stejném roce se eviduje 274 tisíc kusů platebních terminálů na prodejních místech (tzv. POS) provozovaných českými subjekty na tuzemském trhu i v zahraničí. [Cnb.cz, online, cit. 2022-02-22]

Tento vývoj počtu platebních karet a bankomatů je vyobrazen na obrázku 1.

Obrázek 1: Vývoj počtu platební karet a bankomatů



Zdroj: Cnb.cz [online]

2. Cíl práce a metodika

Primárním cílem bakalářské práce je vypracování návrhu opatření pro zvýšení možností využívání platebních karet v maloobchodě. Vytyčeného cíle je dosaženo sestavením motivačních systémů pro vytvořené skupiny držitelů platebních karet.

Splnění dílčích cílů vyžaduje charakterizovat rozdíly využívání platebních karet u jednotlivých skupin držitelů, u kterých je posouzen vliv pohlaví, věku a dosaženého vzdělání na jejich platební návyky.

Metodika je rozdělena na dvě oblasti. S využitím literárně odborných zdrojů je realizována analýza sekundárních pramenů. Druhou oblastí je primární výzkum.

První část vyhodnocuje odborné znalosti z oblasti platebních karet. Konkrétně je zaměřena na historii a charakteristiku platebních karet včetně rizik, které jsou spojeny s jejich každodenním využíváním. Tato část je také zaměřena na sběr informací ohledně akceptačních zařízení (tj. platební terminály, platební brány a bankomaty). Závěrem této části jsou identifikováni účastníci platebního styku, popis průběhu transakce a regulace trhu.

Dotazník má kvantitativní charakter a je uzpůsoben pro sběr předem definovaných odpovědí pro lepší vyhodnocování. Zjištěné hodnoty jsou zobrazeny prostřednictvím grafů a tabulek, které přehledně znázorní výsledky.

Závěrem jsou formulována motivační opatření pro jednotlivé skupiny respondentů.

3. Teoretická východiska

Teoretická část je zaměřena na historii a charakteristiku platebních karet a akceptačních zařízení (tj. platební terminály, platební brány a bankomaty). Dále jsou identifikováni účastníci bezhotovostního platebního styku a vysvětlen popis průběhu transakce včetně regulace trhu.

3.1. Historie platebních karet ve světě

Za předchůdce platebních karet lze považovat takzvané „Frank cards“. Místem zrodu těchto karet z tvrdého a oboustranně tištěného papíru byly Spojené státy Americké, kde byly v roce 1892 poprvé poskytnuty svým klientům společností American Express, zabývající se dopravními a kurýrními službami.

První platební karta pro širší veřejnost byla vydána v roce 1914 pod názvem „Identification card“ americkou telefonní a telegrafní společností Western Union Telegraph Company. Na obrázku 2 je podoba platební karty z roku 1914.

Obrázek 2: Western Union credit card 1914



Zdroj: Westernunion.com [online]

Cílem vydání této karty bylo umožnit klientům společnosti zasílat telegramy a telefonovat bez nutnosti okamžitého placení za využití služeb. Jednalo se o kartu vyrobenou z plechu. Vlastník karty obdržel vždy za určitou dobu soupis uskutečněných hovorů a zasláných telegramů a poté se se společností vyrovnal za pomoci šeku nebo bankovního převodu jednou za stanovené období. Výhodou bylo z psychologického hlediska, že klient nebyl vystavován následkům svého chování ihned, tedy že neplatil účet za využití služby pokaždé po uskutečněním hovoru nebo zasláném telegramu, ale vše obdržel ve formě

součtu na konci určitého časového úseku. V následujících letech se z platebních karet stal prostředek konkurenčního boje. [Rak, 2008, str. 71]

Ve stejné době přišel se svou, ale již úvěrovou kartou také obchodní řetězec Sears Roebuck. Klienti získali platební karty pro uskutečnění nákupů zboží a služeb ve společnostech vlastněných obchodních domech.

Obchodní společnost Sears Roebuck poté následovala celá řada jiných společností, například mezi nimi byla velká síť čerpacích stanic General Petroleum Corporation of California, která vydávala svou věrnostní kreditní kartu, kterou lidé mohli využívat k souhrnnému placení za nákup paliv. Výsledkem se stal systém platebních karet nazvaný „Charge-it“, který fungoval ve smyslu připisování částek na souhrnný účet.

Útlum nastal s příchodem hospodářské krize ve 30. letech 20. století, který pokračoval až do konce 2. světové války. O vznik vyspělejší formy platební karty se zapřičinila společnost Diners Club. Za založením stojí zámožní občané Robert McNamara a Ralph Schneider, kteří shodou okolností u sebe neměli dostatek hotovosti na zaplacení účtu ve věhlasné restauraci, jelikož Robert McNamara nechal peněženku v kapse jiného saka. Poté byl nucen zavolat manželce, která mu peněženku donesla. Důsledkem této nepříjemné situace dostal myšlenku, proč jsou lidé omezováni hotovostí, kterou musí mít u sebe. Zde vznikla myšlenka na založení klubu, který by uzavíral kontrakty s obchodními místy (většinou s restauracemi) na přijímání jejich karet. Tento klub se jmenoval Diners Club. Obchodním místům byly poskytovány záruky ze strany klubu, že budou všechny závazky klientů kryty nebo uhrazeny. Členové klubu uhrazovali své závazky hromadně jednou za čtrnáct dnů. [Švecová, 2021, str. 307]

3.2. Vznik platebního systému VISA

Dle Poloučka [2006, str. 181] významného úspěchu dosáhla až Bank of America v roce 1958, která svůj osvědčený systém přijímání platebních karet nabízela ostatním bankám v celé Americe přes svou dceřinou společnost. Za hranice amerického kontinentu se platební karty dostaly až v roce 1966, kdy se začaly rozšiřovat po Velké Británii skrze banku Barclays. V roce 1970 se Bank of America rozdělila na dvě sdružení: National Bank Americard Corporation (předchůdce VISA USA), která nabízela platební karty ve Spojených státech a poté následoval vznik IBANCO Ltd. (předchůdce VISA International) v roce 1974 s působností v ostatních státech. Předchůdce dnešních debetních

karet společnost vydala v roce 1975. V roce 1976 přijaly společnosti názvy VISA USA a VISA International, jak je známe v dnešní době.

V roce 2008 proběhl odprodej akcií společnosti. Jedná se tak o jednu z největších veřejně obchodovatelných společností na světě. [Visa.cz, online, cit. 2023-01-15]

Mezi karty, které vydala společnost VISA, patří například VISA Cash (na drobné výdaje), VISA Travel Money (1993), VISA Plus, VISA Interlink, VISA Electron, VISA Classic, VISA Business, VISA Gold Card (pro movitější klientelu), Premier Card, VISA Platinum Card (pro nejhodnotnější klientelu) a VISA Signature Card.

[Csas.cz., online, cit. 2023-10-01]

3.3. Vznik platebního systému MasterCard

Základním pilířem byla společnost Eurocard, která byla založena v roce 1964 jako součást švédské skupiny Wallenberg.

V roce 1966 vzniklo ve Spojených státech amerických sdružení bank Wells Fargo, United California Bank a Bank of California, které představily vlastní systém pro vydávání a přijímání platebních karet pod názvem Interbank Card Association. O pár let později se tyto dva systémy (Eurocard a Interbank Card Association) sloučily do skupiny Master Charge, ke kterým se poté přidala ještě společnost Banco Nacional de México a sdružení japonských bank. V roce 1979 sdružení získalo název MasterCard, které spolu se společností VISA dominuje světovému kartovému trhu.

Pod společnost MasterCard spadá více druhů karet. Nejvýznamnější je elektronická debetní karta Maestro, která je produktem společnosti Maestro International. Tato společnost byla výsledkem spolupráce asociace MasterCard a společnosti Europay. Dalšími kartami jsou MasterCard Electronic (2001), MasterCard Unembossed (2003), MasterCard Standard, MasterCard Gold, MasterCard Platinum, MasterCard World Signa, MasterCard Business Card a další. [Mastercard.cz, online, cit. 2023-01-12]

3.4. Historie platebních karet v České republice

Vzhledem k omezení styku se západními mocnostmi po 2. světové válce se platební karty v České republice objevily o řadu let později než na americkém kontinentu nebo v západní Evropě.

Dle Poloučka bylo prvním milníkem na našem území akceptování karet Diners Clubu v cestovní společnosti ČEDOK v roce 1965. [Polouček, 2006, str. 188]

Na obrázku 3 je podoba platební karty Diners club z roku 1968.

Obrázek 3: Diners club card 1968



Zdroj: Ebay.com [online]

Důvodem akceptace platebních karet byla snaha o zvýšení obrátu a portfolia klientů. Později se v Čechách také začaly akceptovat karty American Express, JCB, VISA, Mastercard a další. Akceptace platebních karet probíhala ze začátku především skrze karty vlastněné cizinci, jelikož prvním akceptujícím obchodníkem byla cestovní kancelář.

O dvacet let později začala vydávat Živnostenská banka, pro velmi omezenou klientelu, dispoziční karty k tuzexovým účtům pro výběry odběrních poukazů PZO Tuzex v ČSOB a SBČS, které byly v té době stále pod kontrolou státu. Pro širší veřejnost byly karty zpřístupněny po změně politické orientace v roce 1989. Živnostenská banka, která měla výsadní postavení na trhu karet, byla vybrána jako první subjekt na českém trhu, který vydá první karty společnosti VISA v roce 1990. O rok později se v rukou držitelů karet objevilo i neméně známé logo společnosti MasterCard prostřednictvím karet Komerční banky.

Své zastoupení na českém trhu získala také karetní společnost American Express, která otevřela svou pobočku v Praze a přebrala akceptační služby po ČEDOKU. ČEDOK následující rok ukončila své zprostředkovatelské činnosti.

V České republice vzniklo v roce 1991 Mezibankovní sdružení pro platební karty. Hlavními zakládajícími členy byly ČSOB, Komerční banka, Agrobanka, Investiční banka, Tatrabanka a Všeobecná úvěrová banka.

Z počátku vývoje musely banky překonávat překážku v podobě vysokých nákladů. Dalším rizikem bylo nezkušené vedení, které nemělo zahraniční zkušenosti.

Na krátkou chvíli se přijímání platebních karet stalo možností především pro cizince (skoro až 90 % z obrátu na platebních kartách).

3.5. Charakteristika platebních karet

Máče [2006, s. 55] definuje platební karty jako moderní instrument bezhotovostního platebního styku, využívaný zejména k úhradě spotřebních výdajů a výběru hotovosti. Platební karty umožňují držitelům rychlý výběr hotovosti z bankomatů, na pobočkách bankovních institucí a na prodejních místech. Zásadním principem je bezpochyby bezhotovostní placení.

Vydavateli jsou kartové asociace s vymezeným polem působnosti. Platební karty cílí na trh fyzických osob. Právnícké osoby karty využívají, ale jsou značně omezeny limity použití při transakcích.

Každý vydavatel platebních karet musí dbát na přesné náležitosti a rozměry platebních karet. Platební karty se vyrábí z plastu a jejich rozměry jsou $85,6 \times 54,0 \times 0,76$ mm. Karty musí být v souladu s normou ISO 3554, která určuje přesný vzhled a podobu jednotlivé karty. [Polouček, 2006, str. 185]

Na přední části karty musí být následující prvky:

- CHIP pro načtení karty
- Číslo karty - embosované nebo vytištěné číslo s maximálním počtem 16 míst
Čísla jsou rozdělena do 4 skupin po 4 číslech
- BIN – jedinečná počáteční série šesti čísel na kartě, která identifikuje typ karty
- Jméno držitele karty nebo identifikátor
- Doba platnosti karty – karta je platná do posledního dne měsíce a roku vyznačeného na kartě
- Ochranný UV symbol – znak, viditelný pouze pod UV světlem
- Logo kartové společnosti (výrobce platební karty)
- Lokální platnost karty – vyznačeno v případě omezeného území platnosti platební karty
- Logo bezkontaktní karty
- Název a logo vydavatele – označení společnosti, která kartu držiteli vydala

Na zadní části karty musí být následující prvky:

- Podpisový panel – zde se umísťuje podpis držitele karty. Karta neobsahující podpis držitele je neplatná
- Hologram – hranatý hologram s holubicí, která je v pohybu, jestliže je karta nakláněna
- Všeobecné pokyny a adresa vydavatele karty – text je v anglickém jazyce, popř. v jazyce země vydavatele
- Trojmístný číselný kód CVV – bezpečnostní prvek, který je předtištěn na podpisovém proužku nebo v bílém poli vpravo vedle něj
- Magnetický proužek – záznam identifikačních údajů při elektronických transakcích

3.6. Členění karet

Karty můžeme rozdělit dle více kritérií. Základním dělením je podle způsobu zúčtování, kdy můžeme platební karty dělit na:

- Debetní

Slouží k platbě u obchodníka nebo k výběru z bankomatu. Držitel karty je ovlivněn výší svých prostředků na účtu v bance. Jestliže má držitel dostatek peněz na účtu, může provádět transakce na obchodním místě prostřednictvím platební karty. Po provedení transakce dochází k zúčtování a banka odečte danou sumu z bankovního účtu klienta.

- Kreditní

Prostřednictvím kreditní karty lze pořídit zboží či služby na úvěr. Banka stanoví dobu, kdy pravidelně dochází k zúčtování transakcí. K čerpání prostředků slouží revolvingový úvěr, který se po vyrovnání klientem automaticky obnoví.

- Charge karty

Svou funkcí se mnoho neliší od kreditní karty. Rozdílem je, že se zde nejedná o žádný úvěr. K určitému datu je zapotřebí splatit jednorázově předem čerpaný dluh.

- Nákupní úvěrové karty

Jedná se o nebankovní kreditní karty, které vydávají jiné tržní subjekty s výjimkou bankovních institucí.

Dalším rozdělením je dle místa platnosti karty na:

- Domácí (tuzemské) karty

Typ karet, které jsou v dnešní době již na ústupu. Domácí karty je možné používat jen na území daného státu, kde byly vydány.

- Mezinárodní karty

Platnost karty není omezena jen na daný stát, ale i na zahraničí. [Málek, 2016, str. 130]

3.6.1. Debetní karty

Slouží ke správě finančních prostředků na bankovním účtu držitele platební karty. Útrata bezhotovostních prostředků se odečítá ze zůstatkové výše na účtu. Prostřednictvím debetních karet jsou realizovány finanční operace (výběry peněz z bankomatů, bezhotovostní platby nebo platby na internetu).

Při platbách nelze klesnout do záporného zůstatku na účtu držitele platební karty. Záporného zůstatku lze dosáhnout až po sjednání kontokorentního úvěru, který umožní čerpání bezhotovostních prostředků pod nulový zůstatek. Pohyby na bankovním účtu jsou realizovány neprodleně po uskutečnění platby. [Málek, 2016, str. 58]

3.6.2. Kreditní karty

Platební karta související s úvěrem, který je držitel nucen postupně splácet a dále čerpat platební prostředky pro uskutečňování finančních operací. Za používání kreditní karty se účtují poplatky a po uplynutí bezúročného období jsou držitelé účtovány také úroky.

Banka kreditní kartu poskytne po posouzení bonity žadatele a musí stanovit úvěrový limit (výši čerpání financí). Mezi výhody pořízení patří bezúročné období, které je obvykle stanoveno na 40 až 55 dnů. V tomto období nenabíhají za využívání kreditních karet žádné úroky. Další výhodou může být nepřetržitá a okamžitá dostupnost finančních prostředků, dělení financí, slevy a jiné výhody při každodenních nákupech, jistá finanční rezerva nebo část peněz zpět (procentuální část z nákupů). [Kb.cz, online, cit. 2023-12-28]

3.6.3. Charge karty

Tento druh platebních karet je podobný kreditní kartě. Držitel karty platí za své nákupy bezhotovostními prostředky banky (čerpá úvěr). Rozdílem oproti kreditním kartám je v typu splácení úvěru. Po skončení předem sjednaného pevného období, banka zašle

držiteli výpis útrat kartou a ten musí částku uhradit v plné výši s pevně daným dnem splatnosti. [Revenda, 2014, str. 111]

3.6.4. Nákupní úvěrové karty

Další obdoba kreditních karet, která se odlišuje například neposkytnutím bezúročného období, tudíž je držitel platební karty povinen platit úrok. Nákupní úvěrové karty nelze používat v bankomatech. Síť akceptovatelů je podstatně menší než u ostatní typů platebních karet. Výhodou mohou být slevy v partnerských obchodních sítích. [Geisslerová, 2012, str. 225]

3.7. Rizika zneužití platebních karet

I v případě velkého množství ochranných prvků a mechanismů, je riziko zneužití karty stále vysoké, a to především kvůli možnosti odcizení platební karty.

Dle Poloučka [2006, s. 187] je podle mezinárodních údajů možné rozdělit riziko odcizení platebních karet na:

- Zneužití karet, které byly odcizeny v obchodní síti – 50 %
- Zneužití karet, které byly ztraceny v obchodní síti – 30 %
- Odcizení karet při doručování klientům – 15 %
- Padělky karet – 5 %

3.7.1. Ztráta či odcizení platební karty

Největším bezpečnostním rizikem je samotné chování držitele platební karty. V případě ztráty může nálezce/pachatel platební kartu zneužít k nákupům či k převedení finančních prostředků.

V případě ztráty či odcizení je nutné platební kartu deaktivovat u vydavatelské banky. Držiteli bude poté vydána nová platební karta.

Takto zneužitých ztracených platebních karet je dle Poloučka zhruba 30 % z celkového počtu zneužití. U odcizení platebních karet počet roste až na 50 %. [Polouček, 2006, s. 187]

3.7.2. Padělky

Mezi rizika zneužití platebních karet patří tvorba padělků. Ačkoliv se jedná o trestný čin, některé zločinné organizace se pokoušejí tvořit přesné padělky platebních karet ve větším množství. Mezi největší padělatele se řadí organizované skupiny ze zemí Asie, Afriky a západní Evropy.

Výrobu padělků výrazně ovlivňují ochranné prvky na platebních kartách. Díky speciálnímu detekčnímu systému bank a platebních systémů lze padělky včas odhalit. [Juřík, 2003, s. 227]

3.7.3. Phishing

Jedná se o druh podvodu prostřednictvím internetu. Cílem podvodníků je získání citlivých dat ohledně platební karty nebo internetového bankovníctví. Prostředkem útoku jsou podvodné emaily, které od uživatelů získávají například CVV kód nebo přihlašovací údaje do bankovníctví.

Podvodníci tyto získané údaje prodají na černém trhu, zneužijí je za účelem vydírání nebo přímo mohou ukrást finanční prostředky z bankovního účtu držitele karty. Hlavní ochranou před zneužitím je ostražitost a znalost základních pravidel.

Banky nikdy nežadají od klientů poskytnutí osobních údajů prostřednictvím emailu. Adresa odesílatele musí být ve správné podobě, ve které je uvedena na kontaktních stránkách banky. Emailová adresa podvodného mailu bude podobná, ale nikdy není totožná s kontaktní adresou banky. [Csob.cz, online, cit. 2023-12-27]

3.7.4. Skimming

Postupem času se přichází s novými možnostmi, jak zneužít karty. Ochranné mechanismy se musí obměňovat a předcházet těmto možnostem. Podvodníci využívají nový druh podvodů, kterému se říká „skimming“. Cílem tohoto podvodu je nastrožení skenovacího zařízení, které zaznamená podobu magnetického proužku platební karty.

[Blažek, 2019, str. 61]

3.8. Platební terminály

Platebním terminálem je elektronické zařízení, které umožňuje provedení bezhotovostní transakce platební kartou držitele. Platební terminály umožňují akceptovat elektronické, embosované, čipové a bezkontaktní karty.

3.8.1. Popis platebních terminálů

Existuje mnoho druhů platebních terminálů, které jsou uzpůsobeny potřebám daného obchodního místa. Platební terminály rozdělujeme na přenosné a nepřenosné terminály. Základním principem tohoto rozdělení je dle druhu připojení do sítě. Platební terminál je možné mít propojený skrze Ethernet nebo lze využít vzdálené připojení prostřednictvím Wifi sítě nebo Bluetooth.

Každý terminál obsahuje hardware i software. Pro správnou funkčnost platebního terminálu je nutné nainstalovat vyvinutou aplikaci, která obsahuje náležité funkce. Banka poskytující daný platební terminál, nabízí moderní doplňkové funkce, které usnadní obchodníkovi každodenní užívání platebního terminálu.

3.8.2. Historie platebních terminálů

Z důvodu výrazného navýšení využívání platebních karet bylo zapotřebí snadněji identifikovat množství transakcí a s tím spojených náležitostí. V 80. letech 20. století byly představeny první platební terminály, které zpočátku pracovaly v režimu off-line. V platebním terminálu byly uloženy zakázané a zablokované karty pro případ kontroly. Jednou za určitý časový úsek bylo zapotřebí provádět přenos dat do banky nebo do zúčtovacích center. O pár let později bylo rozhodnuto o využívání v režimu on-line, kdy se transakce ověřovaly v reálném čase.

V průběhu vývoje platebních terminálů byl uveden volně přenosný model pro práci v restauracích nebo kavárnách. V 90. letech 20. století byl zaveden v západní Evropě a především ve Francii samoobslužný platební terminál pro využití na čerpacích stanicích nebo na telefonních či parkovacích automatech. [Juřík, 2006, str. 23]

3.8.3. Rozdělení platebních terminálů

V současné době můžeme platební terminály rozdělit na přenosné, nepřenosné a samoobslužné. Přenosné terminály jsou uzpůsobeny pro bezdrátové využití například v restauracích nebo kavárnách. Nepřenosné terminály využívají kamenné prodejny, kde není zapotřebí s platebním terminálem manipulovat. Samoobslužný terminál obsluhují samotní zákazníci.

V blízké budoucnosti budou platební terminály nahrazovány mobilní platební aplikací, která bude dostupná na začátku roku 2023 a bude ke stažení na mobilních zařízeních. Tato platební možnost se označuje jako SoftPOS (z anglického pojmu „Software point of sales“). [Gupta, 2020, str. 17]

3.8.4. Doplnkové služby pro držitele platebních karet

Prostřednictvím platebních terminálů je klientům nabízena celá řada nadstandardních služeb. Tyto služby nejsou obchodníky aktivně nabízeny, jelikož negenerují přímý zisk. Služby nejsou dostupné u každého obchodníka. Dostupnost závisí na modelu a aplikaci platebního terminálu. Příklady doplňkových služeb jsou uvedeny v tabulce 1.

Tabulka 1: Doplnkové služby pro držitele platebních karet

Název služby	Vlastnosti služby
Spropitné	Umožní klientovi prostřednictvím platebního terminálu zvolit procentuální výši spropitného pro obsluhu restauračního zařízení
Cashback	Umožní klientovi výběr hotovosti prostřednictvím platebního terminálu za podmínky, že uskuteční nákup zboží a služeb v hodnotě minimálně 1 Kč
Cash Advance	Umožní klientovi výběr hotovosti prostřednictvím platebního terminálu bez nutnosti provedení nákupu zboží a služeb (tato služba nebude v budoucnosti podporována)
Multicurrency	Umožní přímou akceptaci karetních transakcí v cizích měnách na platebním terminálu

Dynamická směna měn	Umožní držitelům platební karty vydané mimo území ČR zvolit měnu platby shodnou s měnou účtu své platební karty
Dobíjení	Umožní držitelům platební karty dobít kredit na svém mobilním zařízení
Předautorizace	Umožní klientovi prostřednictvím platebního terminálu dočasně zastavit peněžní prostředky na svém účtu při vypůjčení automobilu nebo pronajmutí hotelového pokoje. Zástava je odblokována po potvrzení obchodníkem

Zdroj: Platbakartou.csob.cz [online]

3.9. Platební brány

Platební brána je systém, jenž umožňuje zprostředkování platby kartou na internetu.

3.9.1. Popis platebních bran

Po výběru produktu na eshopu je zákazník přesměrován do rozhraní platební brány, která zprostředkovává platbu. V prostředí platební brány je zapotřebí zadat číslo karty, datum platnosti a kontrolní verifikační kód. Majitel daného obchodu nemá přístup do platební brány, tudíž citlivé informace zákazníka získají pouze bankovní instituce.

Nejvyužívanější platební brány GoPay nebo PayU nabízejí možnost předvyplnění platebních údajů. Výsledkem je úspora času a usnadnění provedení platby.

[Soukal, 2014, str. 36]

3.9.2. Historie platebních bran

První zrealizované transakce na internetu se datují do roku 1992, kdy první občané Spojených států amerických mohli nakoupit CD prostřednictvím svých platebních karet. Stejně jako v počátcích platebních karet měl americký kontinent nad Evropou výrazný náskok.

Obyvatelé států Evropy z počátku nadšení nesdíleli a dávali přednost osvědčeným metodám placení za zprostředkované obchody. Vše se měnilo postupně, když se placení přes internet chopily rozsáhlé obchodní řetězce a ceny na internetu byly výhodnější než ceny v kamenných obchodech.

V České republice získaly transakce přes internet svou důvěru po roce 2000, kdy začaly být vnímány jako bezpečné.

První platební bránu v České republice spustila v roce 2010 společnost GoPay s.r.o., která jako první nebankovní subjekt získala licenci na manipulaci s elektronickými penězi o dva roky později. V dnešní době existuje velké množství platebních bran, které provozují jak bankovní, tak i nebankovní instituce.

Dle Petra Poláka, regionálního šéfa společnosti Visa pro Českou republiku, Češi ve využití platebních karet výrazně zaostávají za obyvateli západní Evropy, ačkoliv se placení na internetu stává bezpečnější metodou. Vydavatelské banky mají svá reklamační centra, která denně zkoumají nespočet žádostí o reklamaci karetních transakcí. Žádat o vrácení svých peněžních prostředků mohou lidé například, jestliže vůbec nedostanou zboží, zakoupené zboží dostali v nedostatečné kvalitě nebo v případě zneužití platební karty. [iDNES.cz, online, cit. 2023-01-09]

3.10. Bankomaty

Zařízení pro výběr hotovostních prostředků prostřednictvím platebních karet.

3.10.1. Popis bankomatů

Prostředky lze čerpat z účtu klienta nebo v rámci úvěru na kreditní kartě. Bankomat obsahuje trezor, operátorskou část k ovládní operátorem a provozní část, která umožní klientovi komunikovat se zařízením. [Polouček, 2006, str. 186]

V současné době lze bankomaty využít ke změně PIN, vložení peněz na účet, úhradě závazku nebo je možné dobít si mobilní telefon.

Provozovatelé bankomatů zabezpečují zařízení různými ochrannými funkcemi. Příkladem může být vtažení platební karty nebo hotovosti zpět do vnitřní části zařízení po určité době nečinnosti. Základním prvkem ochrany je zadání PIN kódu pro udělení přístupu k účtu. Místa, na kterých jsou bankomaty instalovány, jsou nepřetržitě chráněna kamerovým systémem pro případy pokusu o zneužití platební karty nebo pro případy pokusu o užití fyzického násilí vůči samotným bankomatům.

3.10.2. Historie bankomatů

Za vynálezce bankomatu je považován americký občan Luther George Simjian, který si patentoval a později v roce 1939 instaloval první bankomat na světě v New Yorku. Na výběry hotovosti si musela tehdejší společnost počkat až do roku 1967,

přesněji 27. června, kdy byl umístěn chytrý bankomat společnosti Barclays v Enfieldu ve Velké Británii. Na přelomu tisíciletí bylo celosvětově provozováno až 350 tisíc bankomatů. [Schlossberger, 2007, str. 299]

3.11. Účastníci transakcí platebními kartami

Hlavními účastníky transakcí jsou držitelé platebních karet, kteří svými kartami platí u obchodníka. Obchodník platební karty akceptuje prostřednictvím platebního terminálu nebo platební brány. Se zaúčtováním transakcí se zabývají banky, které se dělí na vydavatele platebních karet (issuer) a poskytnutí akceptačních zařízení (acquirer). Posledním subjektem jsou karetní asociace.

3.11.1. Obchodní banky

Dle Revendy [2004, s. 115] se z funkčního hlediska jedná o finančního zprostředkovatele, jehož cílem je zprostředkovat pohyb finančních prostředků mezi jednotlivými subjekty na finančním trhu.

Obchodní banka může v oblasti bezhotovostního placení vystupovat jako vydavatel platební karty (issuer) nebo jako zpracovatel transakcí a poskytovatel akceptačních zařízení (acquirer).

Obchodní banka – issuer

Hlavním úkolem issuera je vydávání platebních karet. Tato banka má uzavřen smluvní vztah s asociací s cílem vydávat platební karty dané asociace. [Dubinsky, 2019, str. 7]

Obchodní banka – acquirer

Acquirer poskytuje akceptační zařízení pro platební karty (platební brány a terminály). Hlavní funkcí je zpracování transakcí pod dohledem karetních asociací a centrální banky. Acquirer sdružuje portfolio klientů, se kterými uzavírá smluvní dokumentaci o akceptaci platebních karet a poskytuje jim platební terminály (POS) a platební brány (E-commerce). [Dubinsky, 2019, str. 7]

3.11.2. Karetní asociace

Specializované společnosti, které prostřednictvím bank vydávají platební karty. Mezi nejrozšířenější patří VISA, MasterCard, JCB, American Express, Diners Club nebo Discover. Karetní společnosti udělují licence bankovním subjektům, které poté mohou vydávat dané platební karty.

Schlossberger [2012, str. 279] karetní společnosti člení na nebankovní, kam spadají Amex, Diners Club a JCB a bankovní, mezi které se řadí společnosti Visa a MasterCard.

3.11.3. Držitelé platebních karet

Fyzické i právnické osoby, které si zažádají o platební kartu u vydavatelské banky. Pracovníci banky uzavřou s budoucím držitelem karty příslušný smluvní vztah. Výsledkem je platební karta v rukou držitele. Držitel není majitelem příslušné karty, tím nadále zůstává vydavatelská banka.

3.11.4. Obchodníci

Obchodník je fyzická či právnická osoba, která má zájem o akceptaci platebních karet na svém prodejním místě.

Žadatel o zařízení k akceptaci platebních karet zažádá příslušnou instituci, která pověří příslušného obchodního zástupce k vytvoření nabídky na míru. Nabídky nejsou jednotné a sazby provizí a poplatků se mohou výrazně lišit dle typu obchodníka. Po uzavření smlouvy o akceptaci platebních karet jsou daná zařízení dodána a instalována.

Obchodník provozuje obchodní místo, na kterém je dané zařízení evidováno. Počet obchodních míst na jednoho obchodníka není omezen.

3.12. Transakce

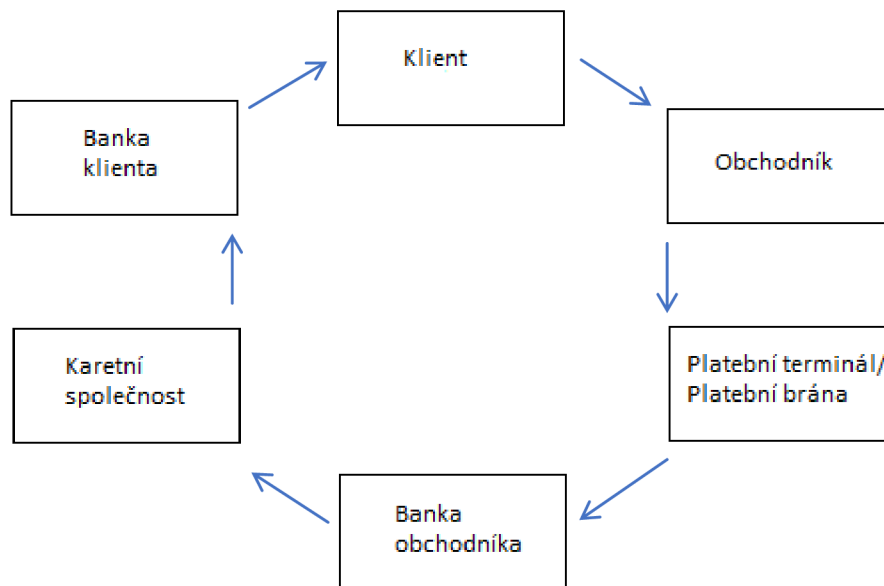
Cílem finanční transakce je provést platbu mezi zákazníkem a prodejcem.

3.12.1. Průběh transakce

Klient si vybere produkt a zaplatí na obchodním místě platební kartou. Obchodník zadá platbu do platebního terminálu (případně platba probíhá skrze platební bránu). Platební terminál nebo platební brána zasílá informace do systémů banky obchodníka. Systémy banky informace přebírají a kontaktují příslušnou karetní asociaci dle platební karty držitele. Karetní asociace kontaktuje banku držitele, která zkontroluje peněžní prostředky na účtu držitele karty. Banka držitele poté posílá informaci zpět karetní asociaci a sděluje, zda držitel má dostatečné prostředky pro uskutečnění transakce.

Informace jsou následně předány bance obchodníka, která je přeposílá do platebního terminálu nebo platební brány. Platební terminál (resp. platební brána) platbu potvrdí nebo zamítne. Obchodník produkt držiteli karty vydá/expeduje nebo informuje o zadržení karty. Průběh transakce mezi jednotlivými účastníky je znázorněn na obrázku 4.

Obrázek 4 Průběh transakce



Zdroj: Vlastní tvorba

3.12.2. Poplatky

Držitelé platebních karet a obchodníci platí za poskytnuté služby poplatky. Každá banka a karetní asociace si za své služby účtuje poplatky v jiné výši. Držitelé karet si mohou banku zvolit dle svých preferencí.

Mezi základní druhy poplatků patří mezibankovní poplatek, poplatek kartovým schémátům a poplatek za zpracování. Při výpočtu sazby poplatku se bere v úvahu typ karetní asociace, region vydavatele platební karty a typ platební karty.

Kromě základních typů poplatků, platí obchodníci za poskytnutí platebního terminálu nebo platební brány.

3.13. Regulace trhu

Vydavatelé platebních karet jsou pod neustálým dohledem centrální banky, karetních asociací a bezpečnostních pravidel (PCI). Tyto pravidla a nařízení je nutné bezpodmínečně dodržovat.

3.13.1. Zákony

Tabulka 2 popisuje základní zákony, které ovlivňují bezhotovostní platební styk.

Tabulka 2: Zákony na ochranu platebních karet

Název zákona	Popis zákona
AML zákon	Opatření proti legalizaci výnosů z trestné činnosti a financování terorismu
Zákon o platebním styku	Upravuje podmínky poskytování platebních služeb a vydávání elektronických peněz
Zákon o bankách	Upravuje jak podmínky bankovní licence, tak naprostou většinu otázek souvisejících s fungováním bank (například i bankovní tajemství)

Zdroj: Máče, 2006, str. 55

3.13.2. Pravidla regulace

Tabulka 3 popisuje základní pravidla regulace v oblasti akceptace platebních karet.

Tabulka 3: Pravidla regulace

Název pravidla	Popis pravidla
PSD2 – otevřené bankovníctví	Služby, které umožňují uskutečnit některé operace s účty v bance prostřednictvím jiných bank nebo nebankovních poskytovatelů, kteří mají potřebnou licenci
SCA – silné ověření zákazníka	Zákonná regulace, která vyžaduje při určitých platebních transakcích dvoufaktorové ověření. Dvoufaktorové ověření znamená, že k ověření uživatele musí být použita kombinace alespoň dvou bezpečnostních prvků

Regulace platebního trhu (PCI DSS)	Soubor bezpečnostních pravidel, které mají za cíl omezit rizika úniku dat držitelů platebních karet a kartových podvodů ze zneužití těchto dat
Pravidla karetních asociací	Soubor pravidel, které musí vydavatel platebních karet splnit, aby mohl vydávat karty daných asociací
KYC	„Know your customer“ je proces identifikace a ověření totožnosti klienta jako opatření před zneužitím finančního systému

Zdroj: Cnb.cz [online]

4. Vlastní práce

Vlastní práce bude vypracována na základě dotazníkového šetření, který se bude zabývat každodenním využíváním platebních karet při placení za produkty či služby. Dotazník se skládá z 18 otázek, které zjišťují informace ohledně samotného respondenta a dále o jeho návycích v oblasti placení platební kartou.

Dotazníkového šetření se zúčastnilo 156 respondentů. Výsledky budou prezentovány skrze analytické a grafické nástroje.

4.1. Popis tvorby dotazníkového šetření

Dotazník se skládá z 18 otázek a byl rozdán 156 respondentům, kteří byli rozděleni do věkových kategorií. Obsahuje celkově 4 části. První část obsahuje osobní otázky na respondenta, která zjistí jeho věk, nejvyšší vzdělání, plat a druh práce. Druhá část získává informace z oblasti každodenního placení a třetí část se zaměřuje na placení skrze internet. Poslední a nejdůležitější čtvrtá část zjišťuje preference respondenta v oblasti motivačních prostředků.

K vytvoření a vyplnění dotazníků byla využita internetová stránka survio.com. Pro lidi se jedná o méně časově náročnou možnost, která zastihne lidi v době, kdy budou mít volný čas. Lidé se mohou více nad svými odpověďmi zamyslet a přemýšlet, která z nabízených možností je ta nejvíce vystihující.

Dotazníkové šetření bylo zcela anonymní. Hlavním identifikačním ukazatelem byl věk, pohlaví a dosažené vzdělání respondenta.

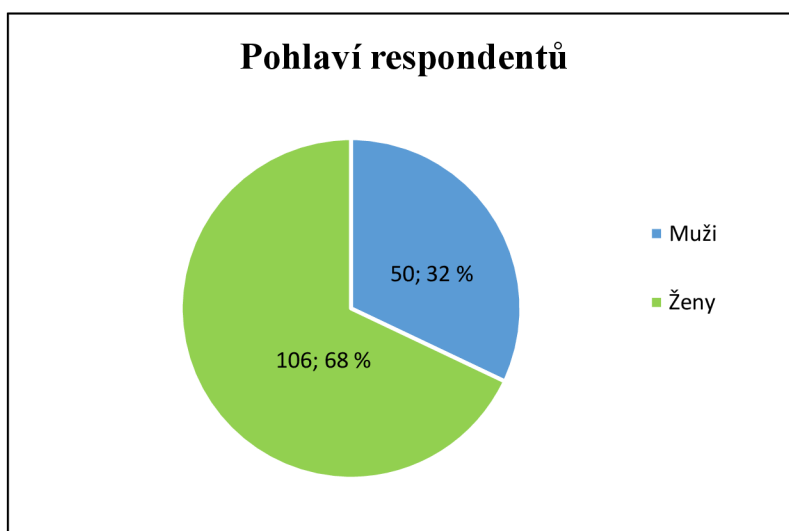
4.2. Dotazník

Dotazníkové šetření se skládá ze čtyř částí, kterými jsou informace o respondentech, každodenní placení respondentů, placení respondentů na internetu a poslední částí je motivace respondentů.

4.2.1. Část 1 – Informace o respondentech

Otázka 1: Jaké je Vaše pohlaví? (jedna odpověď)

Graf 1: Pohlaví respondentů

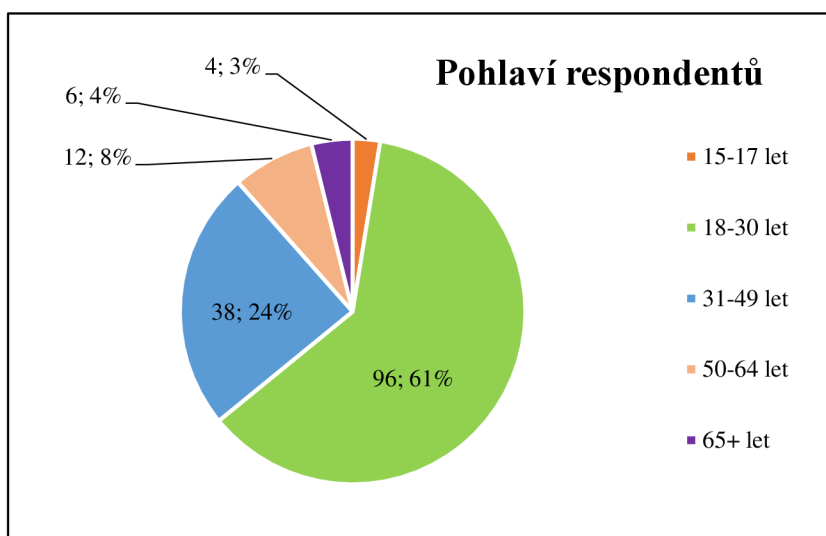


Zdroj: Vlastní šetření

Do dotazníkového šetření se zapojilo 156 respondentů. Zúčastnilo se 106 žen (68 % z celkového počtu) a 50 mužů (32 % z celkového počtu).

Otázka 2: Kolik je Vám let? (jedna odpověď)

Graf 2: Věkové kategorie respondentů

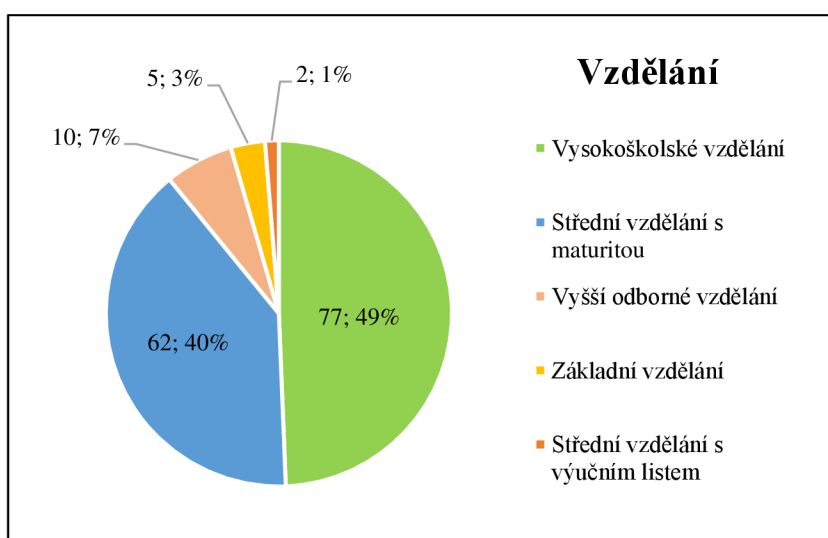


Zdroj: Vlastní šetření

Respondenti byli rozděleni podle věku do pěti kategorií. Nejpočetnější kategorií dotázaných respondentů byli lidé ve věku 18 až 30 let a tvořili 61 % (96) z celkového počtu. Druhá nejpočetnější skupina byli respondenti ve věku 31 až 49 let, kterých bylo v procentuálním vyjádření 24 % (38). Ve třetí skupině byli lidé ve věku 50 až 64 let, kterých bylo 8 % (12). Ve čtvrté skupině byli lidé ve věku 65 a více let (6 respondentů, tj. 4 %) a v poslední skupině byli mladí dospívající lidé ve věku 15 až 17 let (4 respondenti, tj. 3 %).

Otázka 3: Jaké je Vaše nejvyšší dosažené vzdělání? (jedna odpověď)

Graf 3: Vzdělání respondentů

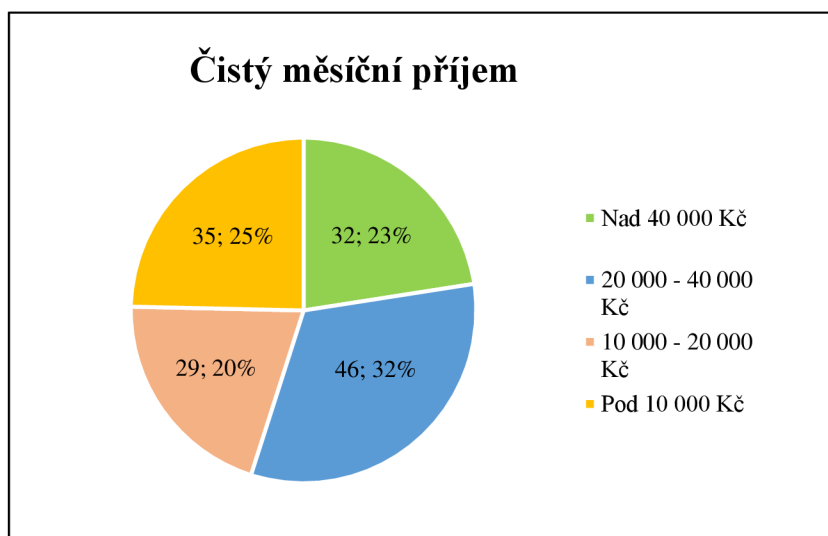


Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 156 respondentů zodpovědělo 49 % (77), že má nejvyšší ukončené vysokoškolské vzdělání (zahrnující všechny dosažené stupně vysokoškolského vzdělání). Střední vzdělání s maturitou má 40 % (62) respondentů, 7 % (10) má vyšší odborné vzdělání, 3 % (5) má jen základní vzdělání a nejméně, a to 1 % (2) z celkového počtu, vystudovalo střední vzdělání s výučním listem.

Otázka 4 (nepovinná): Jaký je Váš čistý měsíční příjem? (jedna odpověď)

Graf 4: Čistý měsíční příjem respondentů

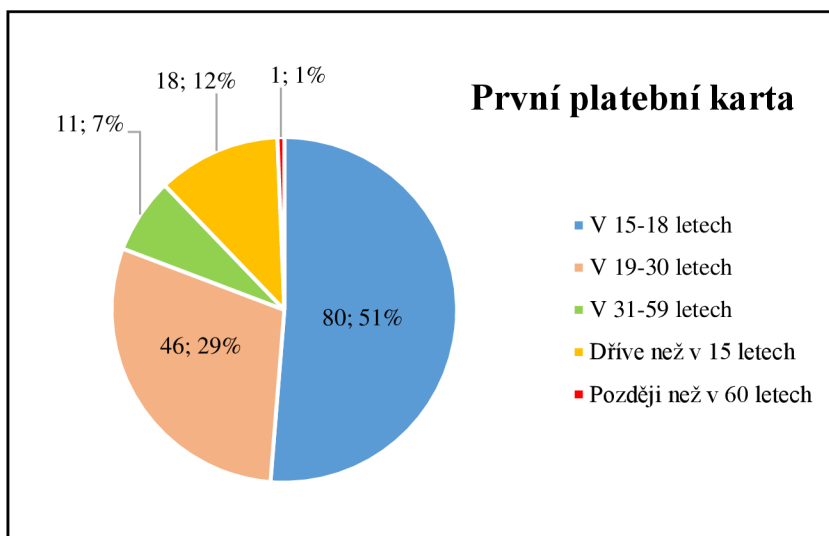


Zdroj: Vlastní šetření

Na nepovinnou otázku ohledně čistého měsíčního příjmu odpovědělo celkově 142 ze 156 respondentů. Nejvíce respondentů pobírá čistý měsíční příjem ve výši mezi 20 000 až 40 000 korun (46 respondentů, tj. 32 %), 25 % (tj. 32) lidí pobírá pod 10 000 korun, 23 % (tj. 32) lidí uvedlo svůj čistý měsíční příjem nad 40 000 korun a 20 % (tj. 29) přiznalo, že pobírá mezi 10 000 až 20 000 korun.

Otázka 5: V kolika letech jste získal/a svou první platební kartu? (jedna odpověď)

Graf 5: První platební karta respondentů



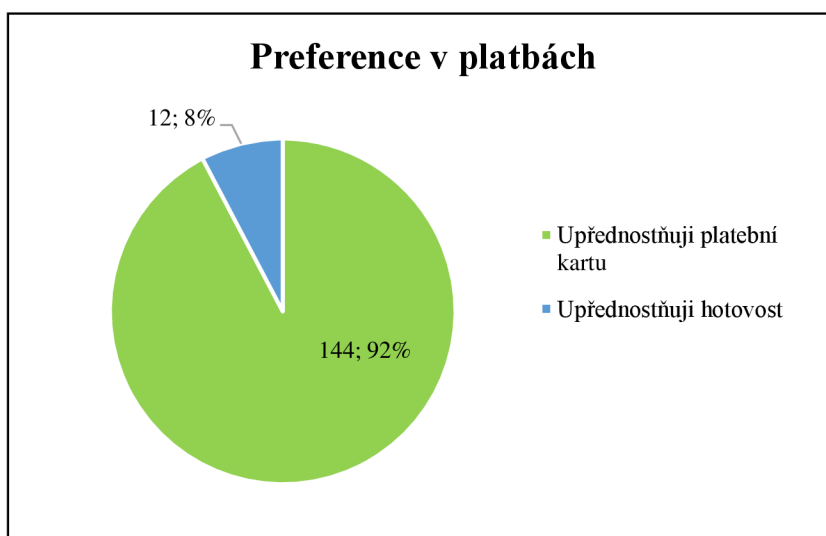
Zdroj: Vlastní šetření

Nejvíce respondentů získalo platební kartu v dospívajícím věku 15 až 18 let (80 respondentů, tj. 51 % z celkového počtu). Ve věku 19 až 30 letech získalo svou první platební kartu 29 % (46) lidí z celkového počtu, 7 % (11) ve věku 31 až 59 let, 12 % (18) dříve než v 15 letech a 1 % (1) později než v 60 letech.

4.2.2. Část 2 – Každodenní placení respondentů

Otázka 6: Při každodenním placení upřednostňujete platební kartu nebo hotovost? (jedna odpověď)

Graf 6: Preference v placení

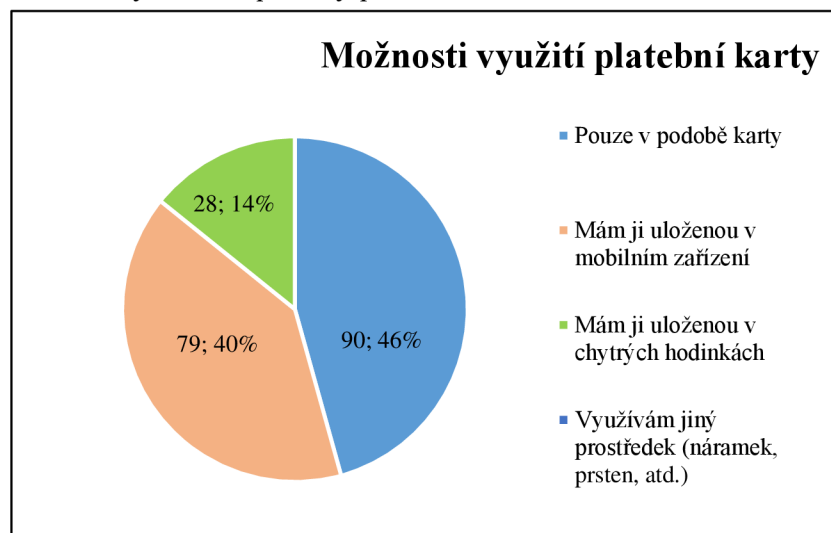


Zdroj: Vlastní šetření

Placení platební kartou upřednostňuje 92 % (144) z celkového počtu 156 respondentů. Pouze 8 % (12) respondentů upřednostňuje placení hotovostními prostředky.

Otázka 7: Jak využíváte platební kartu ke každodennímu placení? (více odpovědí)

Graf 7: Využívané podoby platebních karet

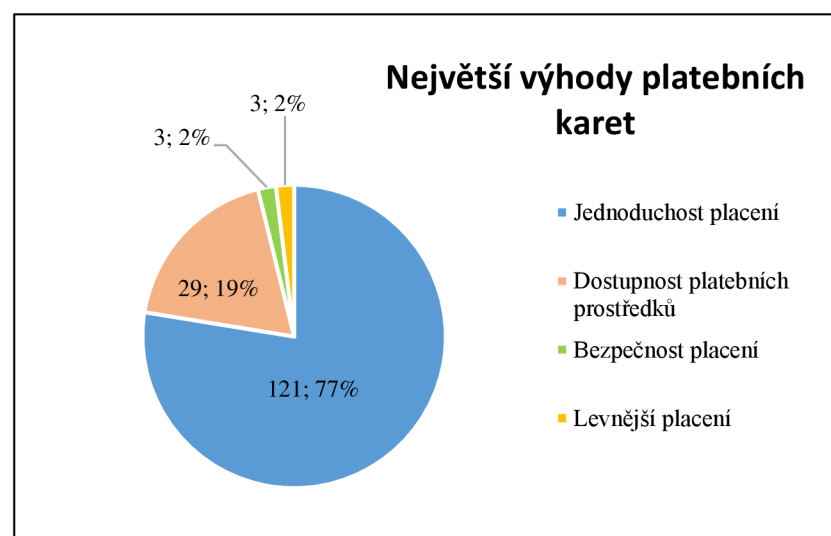


Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 156 respondentů, využívá 58 % platební kartu pouze v podobě karty, 51 % ji má uloženou v mobilním zařízení a 18 % ji má uloženou v chytrých hodinkách. Nikdo nevyužívá platební kartu v jiné podobě.

Otázka 8: Jaká je pro Vás největší výhoda platebních karet? (jedna odpověď)

Graf 8: Největší výhody platebních karet

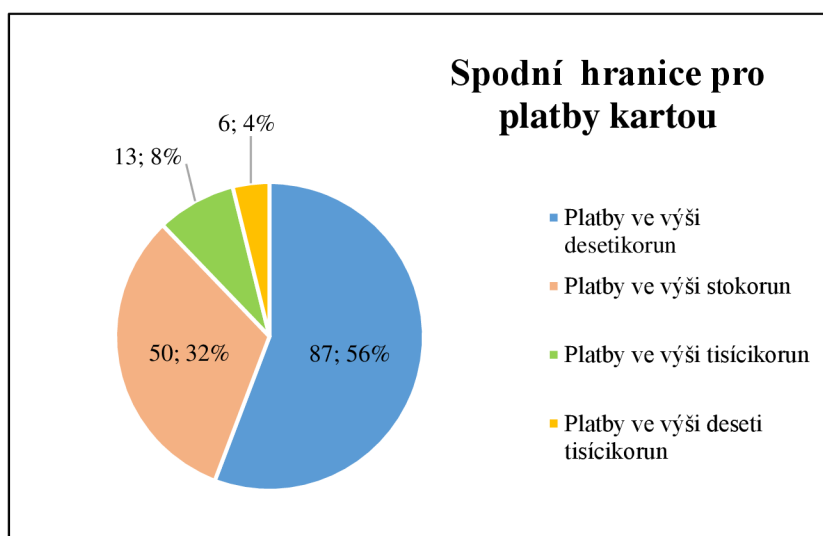


Zdroj: Vlastní šetření

Jednoduchost placení jako hlavní výhodu platebních karet označilo 77 % respondentů (121) z celkového počtu 156 respondentů. 29 % respondentů (29) se vyslovilo pro dostupnost platebních prostředků, 2 % respondentů (3) pro bezpečnost placení a 2 % respondentů (3) vidí v platebních kartách možnost levnějšího placení.

Otázka 9: Jaká je spodní hranice, od které k platbě nevyžívám hotovost (tj. platím pouze kartou)? (jedna odpověď)

Graf 9: Spodní hranice pro neplacení hotovosti

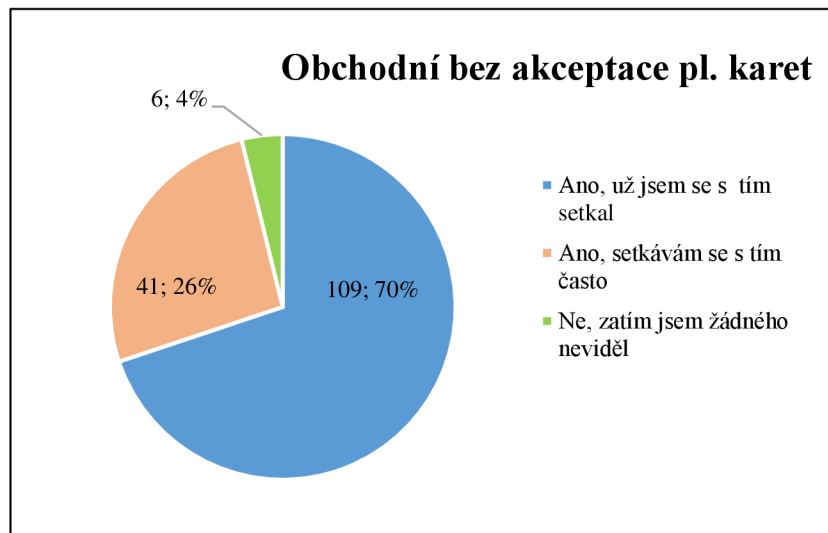


Zdroj: Vlastní šetření

Platit platební kartou za platby ve výši desetikorun začíná 55 % z celkového počtu 102 respondentů. 35 % začíná platební kartou platit od částek ve výši stokorun, 7 % ve výši tisícikorun a 3 % až v hodnotách deseti tisícikorun.

Otázka 10: Setkali jste se s obchodníkem, který nepřijímal platební karty? (jedna odpověď)

Graf 10: Obchodníci bez akceptace platebních karet



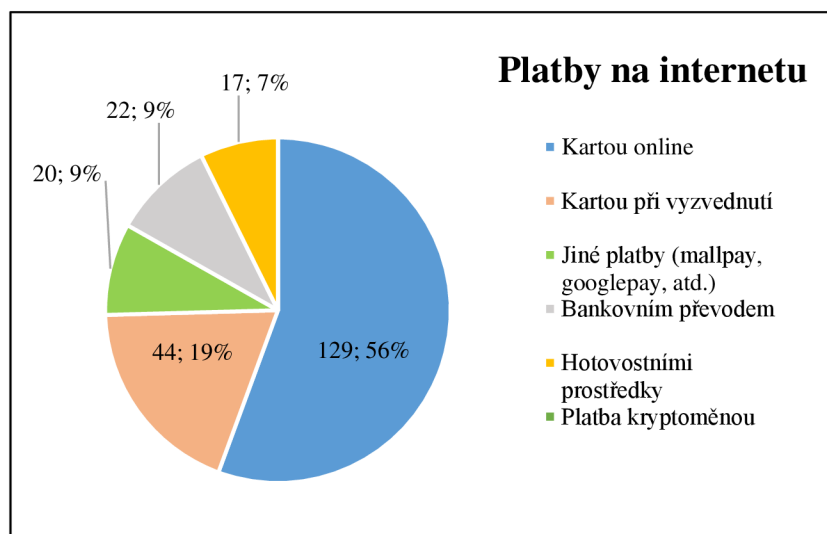
Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu se 66 % respondentů již setkalo s obchodníkem, který neakceptoval platební karty. 29 % se s takovými obchodníky setkává relativně často a jen 5 % respondentů se zatím s případem neakceptování platební karty nesetkalo.

4.2.3. Část 3 - Placení respondentů na internetu

Otázka 11: Když nakupujete na internetu, platíte? (více odpovědí)

Graf 11: Platby na internetu

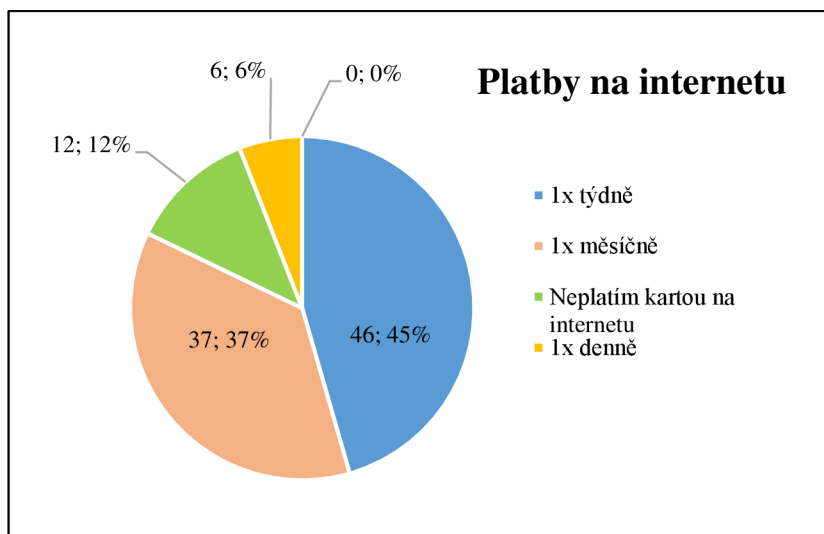


Zdroj: Vlastní šetření

Při platbách na internetu respondenti nejvíce využívají platbu kartou online skrze platební bránu. Tuto možnost využívá celkem 83 % (129) respondentů. 28 % (44) platí kartou při vyzvednutí, 14 % (22) využívá k úhradě bankovní převod, 13 % (20) využívá jiné specializované platby (např. mallpay nebo googlepay) a poměrem 11 % (17) respondentů využívá také hotovostní prostředky.

Otázka 12: Jak často platíte kartou na internetu? (jedna odpověď)

Graf 12: Četnost plateb na internetu



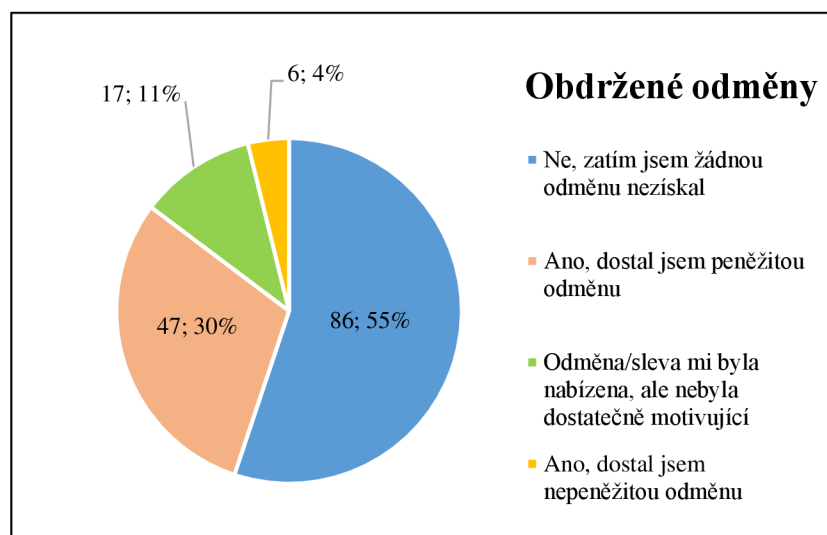
Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 156 respondentů, platí 44 % (68) platební kartou na internetu 1x týdně. 42 % (66) platí 1x měsíčně, 5 % (13) platí 1x denně a 1 % (1) platí několikrát denně. Z celkového počtu 156 respondentů přesně 8 % neplatí kartou na internetu.

4.2.4. Část 4 – Motivace respondentů

Otázka 13: Už jste někdy získal odměnu za placení platební kartou? (jedna odpověď)

Graf 13: Obdržené odměny za platby platební kartou



Zdroj: Vlastní šetření

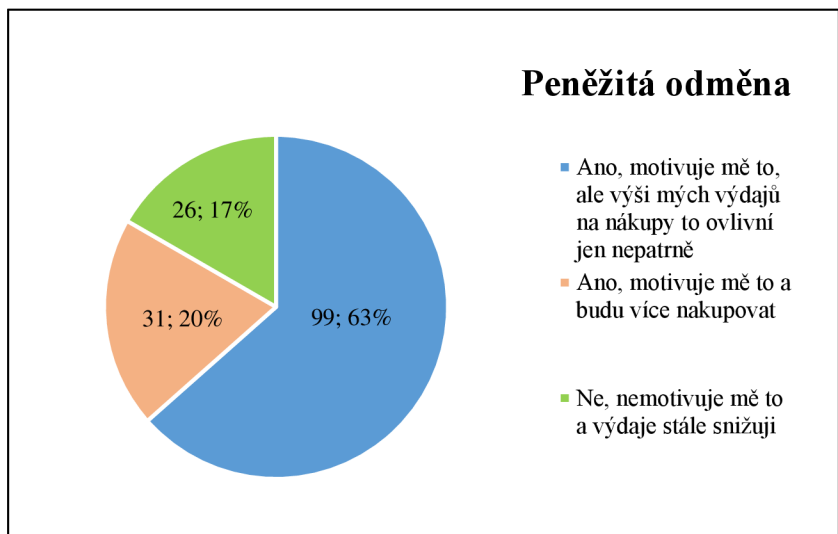
Zhruba 55 % (86) respondentů doposud nezískalo odměnu za platbu platební kartou. Pro 11 % (17) nebyla nabízená odměna dostatečně motivující, aby o ni usilovali. 30 % (47) respondentů získalo peněžitou odměnu a 4 % (6) získalo nepeněžitou odměnu.

Otázka 14: Motivovala by Vás PENĚŽITÁ odměna za platbu platební kartou? (jedna odpověď)

Scénář:

Dlouho jste zvažoval/a, že potřebujete nový nábytek do Vašeho bytu či domu. Vaším cílem je však v současné době snižovat Vaše celkové výdaje. Banka Vám sdělí, že po dobu jednoho týdne Vám bude vráceno 5 % z nákupu zboží nebo služeb, za které ZAPLATÍTE PLATEBNÍ KARTOU.

Graf 14: Peněžitá odměna



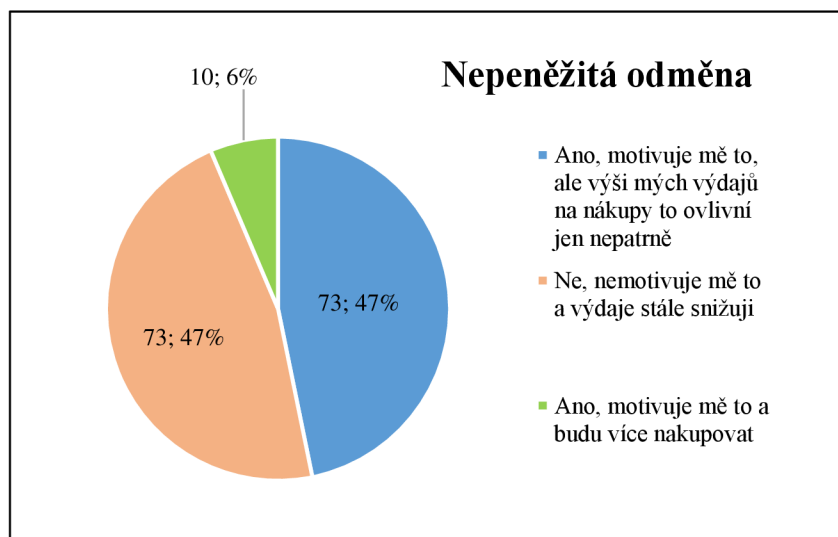
Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 156 respondentů odpovědělo 63 % (99), že je motivuje peněžitá odměna a vyšší výdajů by to mohlo nepatrně ovlivnit. 20 % (31) respondentů peněžitá odměna motivuje a budou výrazněji více nakupovat a 17 % (26) respondentů uvedlo, že je peněžitá odměna nemotivuje.

Otázka 15: Motivovala by Vás NEPENĚŽITÁ odměna za platbu platební kartou? (jedna odpověď)

Scénář: Vaším cílem je v současné době snižovat Vaše celkové výdaje. Banka Vám sdělí, že jestliže zvýšíte o 10 % své výdaje prostřednictvím PLATEBNÍ KARTY, můžete vyhrát nový automobil.

Graf 15: Nepeněžitá odměna



Zdroj: Vlastní šetření

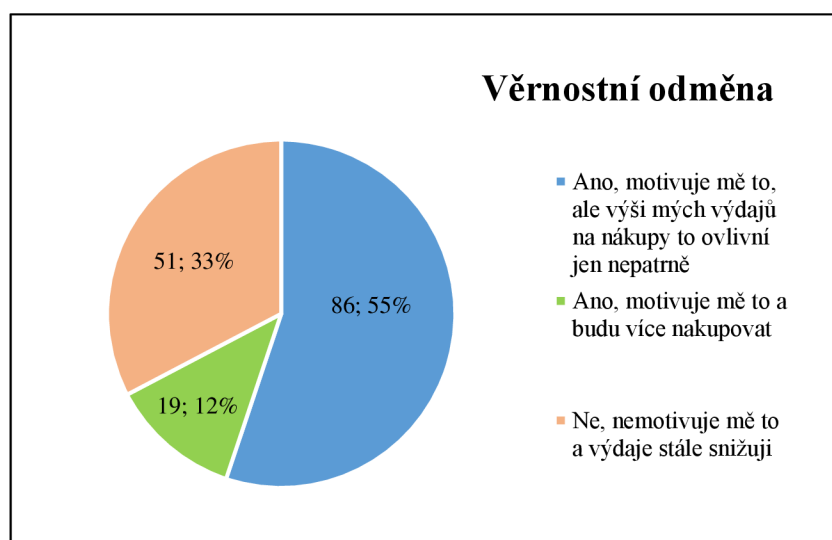
Z celkového počtu 156 respondentů odpovědělo 47 % (73), že je motivuje nepeněžitá odměna a výši výdajů by to mohlo nepatrně ovlivnit. 6 % (10) respondentů nepeněžitá odměna motivuje a budou výrazněji více nakupovat. 47 % (73) respondentů uvedlo, že je nepeněžitá odměna nemotivuje.

Otázka 16: Motivovala by Vás VĚRNOSTNÍ odměna za platbu platební kartou? (jedna odpověď)

Scénář:

Vaším cílem je v současné době snižovat Vaše celkové výdaje. Banka Vám sdělí, že jestliže zvýšíte o 10 % své výdaje prostřednictvím PLATEBNÍ KARTY, zvýší Vám kladný úrok na Vašem běžném účtu o 2 %.

Graf 16: Věrnostní odměna



Zdroj: Vlastní šetření

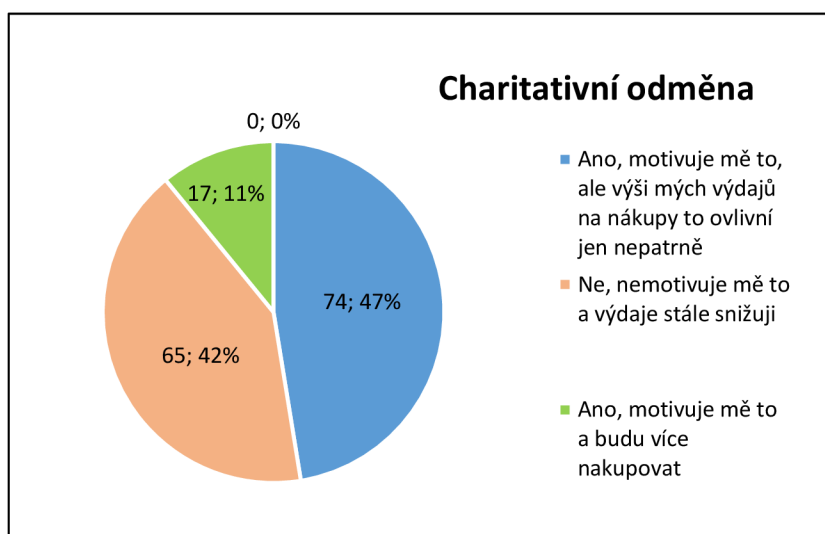
Z celkového počtu 156 respondentů odpovědělo 55 % (86), že je motivuje věrnostní odměna a výši výdajů by to mohlo nepatrně ovlivnit. 12 % (19) respondentů věrnostní odměna motivuje a budou výrazněji více nakupovat. 33 % (51) respondentů uvedlo, že je věrnostní odměna nemotivuje.

**Otázka 17: Motivovala by Vás CHARITATIVNÍ odměna za platbu platební kartou?
(jedna odpověď)**

Scénář:

Vaším cílem je v současné době snižovat Vaše celkové výdaje. Banka Vám sdělí, že po dobu jednoho týdne, každých 10 % z Vašich plateb prostřednictvím PLATEBNÍ KARTY, věnuje na stavbu dětského domova potřebným dětem.

Graf 17: Charitativní odměna

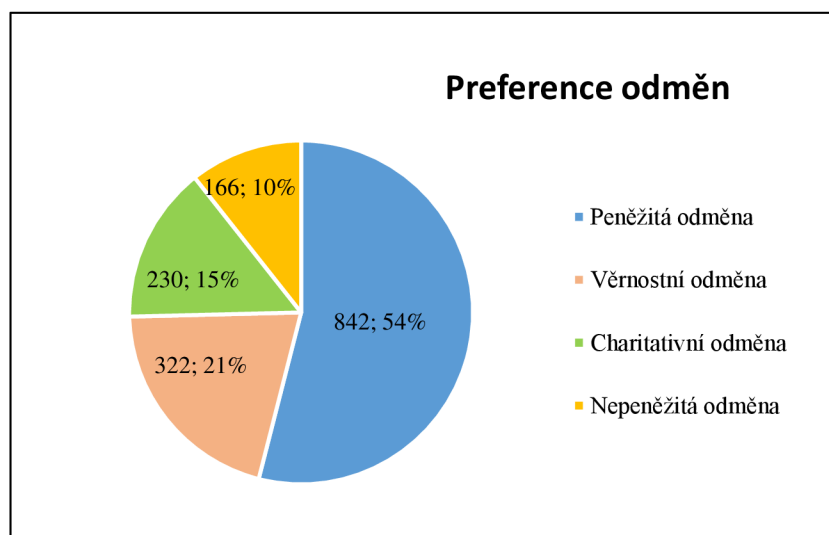


Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 156 respondentů odpovědělo 47 % (74), že je motivuje charitativní odměna a výši výdajů by to mohlo nepatrně ovlivnit. 11 % (17) respondentů charitativní odměna motivuje a budou výrazněji více nakupovat. 42 % (65) respondentů uvedlo, že je charitativní odměna nemotivuje.

Otázka 18: Rozdělte 10 bodů mezi odměny, které Vás nejvíce oslovily? (jedna odpověď)

Graf 18: Preference respondentů v typech odměn



Zdroj: Vlastní šetření

Z celkového počtu 1560 bodů bylo 842 bodů (tj. 54 %) uděleno peněžité odměně. Druhá nejžádanější byla věrnostní odměna s hodnocením 322 bodů (tj. 21 %). Třetí odměnou byla charitativní s 230 body (tj. 15 %). Nejméně atraktivní odměnou byla nepeněžitá odměna, která získala 166 bodů (tj. 11 %).

4.3. Vlivy na rozhodování respondenta

Výběrové skupiny o velikosti 50 respondentů lze udělat u tří kategorií. Hlavními ukazateli bude pohlaví, věk a dosažené vzdělání.

4.3.1. Vliv pohlaví

Pro posouzení faktoru pohlaví byly náhodně vybrány dva výběrové soubory o 50 ženách a mužích. Tyto soubory budou navzájem posouzeny u 8 vhodných dotazů z dotazníkového šetření.

Při každodenním placení upřednostňujete platební kartu nebo hotovost?

45 žen uvedlo, že se při každodenním placení spoléhají především na bezhotovostní placení prostřednictvím platební karty. Pouze 5 žen upřednostňují hotovostní prostředky.

Placení platební kartou preferuje 47 mužů a pouze 3 upřednostňují hotovost.

Poměr žen preferujících platební kartou před hotovostí je 90 %. U mužů je poměr stejných kritérií roven 94 %.

Jaká je pro Vás největší výhoda platebních karet oproti hotovosti?

42 žen považuje za největší výhodu platebních karet jednoduchost placení.

Pro 36 mužů bylo nejlepší variantou jednoduchost placení.

Nejsilnější variantou základního souboru byla jednoduchost placení. Tuto variantu volilo 84 % žen a 72 % mužů.

Nejslabší variantou dle žen byla bezpečnost placení, kterou volilo 0 % žen (6,5 % mužů). **Nejslabší variantou** dle mužů bylo levnější placení, které volilo 0 % mužů (2,7 % žen).

Jaká je pro Vás spodní hranice, od které platíte vždy platební kartou (tj. neplatíte hotovostí)?

32 žen uvedlo, že využívá platební karty při placení již při úhradách ve výši desetikorun. 15 žen platí od výše stokorun, 2 ženy od výše tisícikorun a jen 1 žena až od výše deseti tisícikorun.

30 mužů využívá platební karty až při úhradách v řádech desetikorun. 16 mužů při platbách v řádech stokorun, 2 muži v řádech tisícikorun a 2 muži v řádech deseti tisícikorun.

V základním souboru byly nejpočetnější skupinou platby ve výši desetikorun. Tuto variantu zvolilo 64 % žen a 60 % mužů. Druhou nejpočetnější skupinu, kdy respondenti začínají platit kartou až od úhrad ve výši stokorun, volilo 32 % žen a 32 % mužů.

Jak často platíte kartou na internetu?

23 žen uvedlo, že platí platební kartou na internetu 1x měsíčně, 21 žen platí 1x týdně, 3 ženy platí 1x denně. 3 ženy nemůžou platit platební kartou na za nákupy na internetu.

19 mužů platí platební kartou prostřednictvím platebních bran 1x měsíčně, 23 mužů platí 1x týdně a 4 muži využijí platební kartu 1x denně. 4 muži mají odepřené placení platební kartou na internetu.

Tabulka číslo 4, která vykazuje akumulaci četnosti plateb prostřednictvím platebních karet a předpokládá, že má měsíc 4 týdny či 28 dní.

Tabulka 4: Četnost plateb na internetu dle pohlaví

Četnost plateb	Muži	Ženy
1x měsíčně	19 (19*1)	23 (23*1)
1x týdně	23 (23*4)	21 (21*4)
1x denně	4 (4*28)	3 (3*28)
Celkem plateb za měsíc	223	191

Zdroj: Vlastní zpracování

Muži průměrně platí platební kartou na internetu o 16,8 % častěji než ženy.

Motivovala by Vás PENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 20 % žen a 25 % mužů. Nepatrnou motivaci to působí u 65 % žen a 65 % mužů.

Motivovala by Vás NEPENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 6,3 % žen a 6,5 % mužů. Nepatrnou motivaci to působí u 46 % žen a 56,5 % mužů.

Motivovala by Vás VĚRNOSTNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 12,4 % žen a 13 % mužů. Nepatrnou motivaci to působí u 53,1 % žen a 56,5 % mužů.

Motivovala by Vás CHARITATIVNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 15,6 % žen a 15,2 % mužů. Nepatrnou motivaci to působí u 54,8 % žen a 54,3 % mužů.

Zhodnocení vlivu pohlaví

Tabulka číslo 5 hodnotí vliv pohlaví na rozhodování respondentů v otázkách bezhotovostního placení.

Tabulka 5: Vliv pohlaví

	Žena	Muž	Komentář
Upřednostňování platební karty	90 %	94 %	Muži upřednostňují platební karty o 4 % více než ženy.
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Pro muže i ženy je nejdůležitější výhodou jednoduchost placení platební kartou.

Nejslabší výhoda platebních karet	Bezpečnost placení	Levnější placení	Pro muže je nejméně zásadní výhodou platebních karet levnější placení a pro ženy bezpečnost placení.
Spodní hranice pro platby kartou	60 % / 32 %	60 % / 32 %	Muži i ženy zásadně prostřednictvím platební karty platí od stejné výše částek.
Četnost plateb platební kartou na internetu	191	223	Muži platí o 16,8 % častěji než ženy.
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	20 % / 46 %	25 % / 65 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 5 % více mužů. Nepatrně to ovlivní o 19 % více mužů než žen.
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,3 % / 46 %	6,5 % / 56,5 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 0,2 % více mužů. Nepatrně to ovlivní o 10,5 % více mužů než žen.
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	12,4 % / 53,1 %	13 % / 56,5 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 0,6 % více mužů. Nepatrně to ovlivní o 3,4 % více mužů než žen.
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	15,6 % / 54,8 %	15,2 % / 54,3 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 4,6 % více mužů. Nepatrně to ovlivní o 10,1 % více mužů než žen.

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.2. Vliv věku

Pro posouzení faktoru věku byly náhodně vybrány dva výběrové soubory o 50 respondentech mladších 30 let a stejného počtu starších respondentů. Tyto soubory budou navzájem posouzeny u 8 vhodných dotazů z dotazníkového šetření.

Při každodenním placení upřednostňujete platební kartu nebo hotovost?

46 respondentů mladších 30 let uvedlo, že se při každodenním placení spoléhají především na bezhotovostní placení prostřednictvím platební karty. Pouze 4 respondenti mladší 30 let upřednostňují hotovostní prostředky.

Pro platební karty se vyslovilo 47 respondentů starších 30 let a pouze 3 se rozhodli pro hotovostní prostředky.

Poměr respondentů mladších 30 let, kteří preferují platební kartu před hotovostí, je 92 %. U respondentů starších 30 let je poměr stejných kritérií roven 94 %.

Jaká je pro Vás největší výhoda platebních karet oproti hotovosti?

40 respondentů mladších 30 let považuje za největší výhodu platebních karet jednoduchost placení. Pro 37 respondentů starších 30 let byla nejlepší variantou jednoduchost placení.

Nejsilnější variantou základního souboru byla jednoduchost placení. Tuto variantu volilo 80 % lidí mladších 30 let a 74 % lidí starších 30 let.

Nejslabší variantou dle mladších respondentů byla bezpečnost placení, kterou zvolilo 0 % dotázaných (3,4 % starších respondentů).

Nejslabší variantou dle starších respondentů bylo levnější placení, které zvolilo 1,7 % dotázaných (2 % mladších respondentů).

Jaká je pro Vás spodní hranice, od které platíte vždy platební kartou (tj. neplatíte hotovostí)?

29 respondentů mladších 30 let uvedlo, že využívá platební karty při placení již při úhradách ve výši desetikorun. 13 platí od výše stokorun, 6 od výše tisícikorun a jen 2 až od výše deseti tisícikorun.

26 respondentů starších 30 let využívá platební karty už při úhradách v řádech desetikorun. 21 při platbách v řádech stokorun, 2 muži v řádech tisícikorun a 1 muž v řádech deseti tisícikorun.

V základním souboru byla nejpočetnější skupinou platby ve výši desetikorun. Tuto variantu zvolilo 58 % mladších respondentů a 52 % starších respondentů.

Druhou nejpočetnější skupinu, kdy respondenti začínají platit kartou až od úhrad ve výši stokorun, volilo 26 % mladších respondentů a 42 % starších respondentů.

Jak často platíte kartou na internetu?

25 respondentů mladších 30 let uvedlo, že platí platební kartou na internetu 1x měsíčně, 21 platí 1x týdně, 3 platí 1x denně. 1 mladší respondent nemůže platit platební kartou za nákupy na internetu.

16 respondentů starších 30 let platí platební kartou prostřednictvím platebních bran 1x měsíčně, 23 platí 1x týdně a 1 využívá platební kartu 1x denně. 10 starších respondentů má odepřeno placení platební kartou na internetu.

Tabulka číslo 6, která vykazuje akumulaci četnosti plateb prostřednictvím platebních karet a předpokládá, že má měsíc 4 týdny či 28 dní.

Tabulka 6: Četnost plateb na internetu dle věku

Četnost plateb	Mladší respondenti	Starší respondenti
1x měsíčně	25 (25*1)	16 (16*1)
1x týdně	21 (21*4)	23 (21*4)
1x denně	3 (3*28)	1 (3*28)
Celkem plateb za měsíc	193	184

Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti mladší 30 let průměrně platí platební kartou na internetu o 4,9 % častěji než starší respondenti.

Motivovala by Vás PENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 24,8 % respondentů mladších 30 let a 12,1 % respondentů starších 30 let. Nepatrnou motivaci to působí u 61,4 % mladších respondentů a 65,5 % starších respondentů.

Motivovala by Vás NEPENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 5,9 % respondentů mladších 30 let a 6,9 % respondentů starších 30 let. Nepatrnou motivaci to působí u 43,6 % mladších respondentů a 55,2 % starších respondentů.

Motivovala by Vás VĚRNOSTNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 13,9 % respondentů mladších 30 let a 20,3 % respondentů starších 30 let. Nepatrnou motivaci to působí u 48,5 % mladších respondentů a 63,8 % starších respondentů.

Motivovala by Vás CHARITATIVNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 11,9 % respondentů mladších 30 let a 12,1 % respondentů starších 30 let. Nepatrnou motivaci to působí u 39,6 % mladších respondentů a 60,3 % starších respondentů.

Zhodnocení vlivu věku

Tabulka číslo 7 hodnotí vliv věku na rozhodování respondentů v otázkách bezhotovostního placení.

Tabulka 7: Vliv věku

	Respondenti pod 30 let	Respondenti nad 30 let	Komentář
Otázka			
Upřednostňování platební karty	92 %	94 %	Starší respondenti o 2 % více preferují platby kartou.
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Pro mladší i starší respondenty je nejzásadnější výhodou jednoduchost placení platební kartou.
Nejslabší výhoda platebních karet	Bezpečnost placení	Levnější placení	Pro mladší respondenty je nejméně zásadní výhodou platebních karet starší respondenty bezpečnost placení.
Spodní hranice pro platby kartou	58 % / 26 %	52 % / 42 %	Průměrně o 6 % více respondentů pod 30 let platí platební kartou za nižší částky než respondenti nad 30 let.
Četnost plateb platební kartou na internetu	193	184	Mladší respondenti platí o 4,9 % častěji než starší respondenti.

Peněžité odměna (výrazná/nepatrná motivace)	24,8 % / 61,4 %	12,1 % / 65,5 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 12,7 % více mladších respondentů, avšak nepatrně to ovlivní o 4,1 % starších respondentů.
Nepeněžité odměna (výrazná/nepatrná motivace)	5,9 % / 43,6 %	6,9 % / 55,2 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 1 % více mladších respondentů. Nepatrně to ovlivní o 1,6 % více mladších respondentů než starších.
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	13,9 % / 48,5 %	20,3 % / 63,8 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 6,4 % více starších respondentů.
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	11,9 % / 39,6 %	12,1 % / 60,3 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 0,2 % více starších respondentů. Nepatrně to ovlivní o 20,7 % více mladších respondentů než starších.

Zdroj: Vlastní zpracování

4.3.3. Vliv dosaženého vzdělání

Pro posouzení faktoru věku byly náhodně vybrány dva výběrové soubory o 50 respondentech s ukončeným vysokoškolským vzděláním a z respondentů, kteří mají ukončené nižší než vysokoškolské vzdělání. Tyto soubory budou navzájem posouzeny u 8 vhodných dotazů z dotazníkového šetření.

Při každodenním placení upřednostňujete platební kartu nebo hotovost?

49 respondentů s vysokoškolským vzděláním uvedlo, že se při každodenním placení spoléhají především na bezhotovostní placení prostřednictvím platební karty. Pouze 1 respondent upřednostňuje hotovostní prostředky.

Pro platební karty se vyslovilo 44 respondentů bez vysokoškolského vzdělání a 6 respondentů se rozhodlo pro hotovostní prostředky.

Poměr respondentů s vysokoškolským vzděláním, kteří preferují platební kartou před hotovostí, je 98 %. U respondentů bez vysokoškolského vzdělání je poměr stejných kritérií roven 88 %.

Jaká je pro Vás největší výhoda platebních karet oproti hotovosti?

40 respondentů s vysokoškolským vzděláním považují za největší výhodu platebních karet jednoduchost placení. Pro 38 respondentů bez vysokoškolského vzdělání byla nejlepší variantou jednoduchost placení.

Nejsilnější variantou základního souboru byla jednoduchost placení. Tuto variantu volilo 80 % lidí s vysokoškolským vzděláním a 76 % lidí bez vysokoškolského vzdělání.

Nejslabší variantou dle respondentů s vysokoškolským vzděláním bylo levnější placení, které zvolilo 0 % dotázaných (3,7 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání).

Nejslabší variantou dle respondentů bez vysokoškolského vzdělání byla bezpečnost placení, kterou zvolilo 2,4 % dotázaných (1,3 % respondentů s vysokoškolským vzděláním).

Jaká je pro Vás spodní hranice, od které platíte vždy platební kartou (tj. neplatíte hotovostí)?

32 respondentů s vysokoškolským vzděláním uvedlo, že využívá platební karty při placení již při úhradách ve výši desetikorun. 14 platí od výše stokorun, 3 od výše tisícikorun a jen 1 až od výše deseti tisícikorun.

24 respondentů bez vysokoškolského vzdělání využívá platební karty až při úhradách v řádech desetikorun. 18 při platbách v řádech stokorun, 5 mužů v řádech tisícikorun a 3 muži v řádech deseti tisícikorun.

V základním souboru byly nejpočetnější skupinou platby ve výši desetikorun. Tuto variantu zvolilo 64 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 48 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Druhou nejpočetnější skupinu, kdy respondenti začínají platit kartou, až od úhrad ve výši stokorun volilo 28 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 36 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Jak často platíte kartou na internetu?

19 respondentů s vysokoškolským vzděláním uvedlo, že platí platební kartou na internetu 1x měsíčně, 27 platí 1x týdně, 2 platí 1x denně. 2 mladší respondenti nemůžou platit platební kartou za nákupy na internetu.

24 respondentů bez vysokoškolského vzdělání platí platební kartou prostřednictvím platebních bran 1x měsíčně, 16 platí 1x týdně a 4 využívají platební kartu 1x denně. 6 starších respondentů má odepřeno placení platební kartou na internetu.

Tabulka číslo 8, která vykazuje akumulaci četnosti plateb prostřednictvím platebních karet a předpokládá, že má měsíc 4 týdny či 28 dní.

Tabulka 8: Četnost plateb na internetu dle vzdělání

Četnost plateb	S vysokoškolským vzděláním	Bez vysokoškolského vzdělání
1x měsíčně	19 (19*1)	24 (24*1)
1x týdně	27 (27*4)	16 (16*4)
1x denně	2 (2*28)	4 (4*28)
Celkem plateb za měsíc	183	200

Zdroj: Vlastní zpracování

Respondenti bez vysokoškolského vzdělání průměrně platí platební kartou na internetu o 9,3 % častěji než respondenti s vysokoškolským vzděláním.

Motivovala by Vás PENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 22 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 18,3 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrnou motivaci to působí u 64,9 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 57,3 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Motivovala by Vás NEPENĚŽITÁ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 5,2 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 7,3 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrnou motivaci to působí u 49,4 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 46,3 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Motivovala by Vás VĚRNOSTNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 14,3 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 11 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrnou motivaci to působí u 53,2 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 54,9 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Motivovala by Vás CHARITATIVNÍ odměna za platby kartou?

Tento typ odměny výrazně ovlivňuje 6,5 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 17,1 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrnou motivaci to působí u 48,1 % respondentů s vysokoškolským vzděláním a 46,3 % respondentů bez vysokoškolského vzdělání.

Zhodnocení vlivu vzdělání

Tabulka číslo 9 hodnotí vliv vzdělání na rozhodování respondentů v otázkách bezhotovostního placení.

Tabulka 9: Vliv dosaženého vzdělání

	Respondenti s vysokoškolským vzděláním	Respondenti bez vysokoškolského vzdělání	Komentář
Otázka			
Upřednostňování platební karty	98 %	88 %	Respondenti s vysokoškolským vzděláním o 10 % více preferují platby platební kartou.
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Pro obě kategorie respondentů je nejzásadnější výhodou jednoduchost placení platební kartou.

Nejslabší výhoda platebních karet	Levnější placení	Bezpečnost placení	Pro respondenty s vysokoškolským vzděláním je nejméně zásadní výhodou platebních karet levnější placení. Pro respondenty bez vysokoškolského vzdělání není tolik důležitá bezpečnost placení.
Spodní hranice pro platby kartou	64 % / 28 %	48 % / 36 %	Průměrně o 16 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním platí platební kartou za nižší částky než respondenti bez vysokoškolského vzdělání.
Četnost plateb platební kartou na internetu	183	200	Respondenti bez vysokoškolského vzdělání platí o 9,3 % častěji než respondenti s vysokoškolským vzděláním.
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	22 % / 64,9 %	18,3 % / 57,3 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 3,7 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním. Nepatrně to ovlivní o 7,6 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním.
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	5,2 % / 49,4 %	7,3 % / 46,3 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 2,1 % více respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrně to však ovlivní o 3,1 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním.

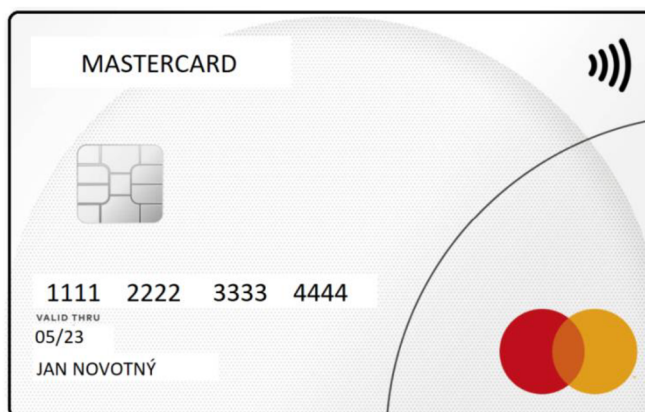
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	14,3 % / 53,2 %	11 % / 54,9 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 3,3 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním. Nepatrně to však ovlivní o 1,7 % více respondentů bez vysokoškolského vzdělání.
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,5 % / 48,1 %	17,1 % / 46,3 %	Tento typ motivace výrazně ovlivní o 10,6 % více respondentů bez vysokoškolského vzdělání. Nepatrně to však ovlivní o 1,8 % více respondentů s vysokoškolským vzděláním.

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4. Motivační systém

Po naplnění dílčího cíle, který spočíval v posouzení vlivu pohlaví, věku a dosaženého vzdělání, budou respondenti rozděleni do 4 skupin, pro které budou vytvořeny fiktivní platební karty na míru, které ponесou znaky zvolených parametrů z dotazníkového šetření. V případě, že žadatel o platební kartu přijde do banky a žádá o platební kartu, může být zařazen do své kategorie dle věku a pohlaví. Fiktivní platební karty nenesou fyzické odlišnosti u jednotlivých skupin držitelů platebních karet, ale pouze jsou systematicky nastaveny pro užívání danou skupinou osob. Příklad fiktivní platební karty je zobrazen na obrázku 5.

Obrázek 5 Vzor platební karty



Zdroj: Vlastní zpracování

Jednotlivé skupiny budou tvořeny dle pohlaví na muže a ženy, z nichž vzniknou podskupiny dle věku na osoby mladší 30 let a starší 30 let.

4.4.1. SWOT analýza – systematická motivace

K posouzení nápadu na vytvoření systematické motivace pro držitele platebních karet si lze sestrojít SWOT analýzu (viz tabulka 10), která identifikuje silné a slabé stránky, příležitosti a hrozby spojené s projektem z pohledu vydavatelské banky.

Tabulka 10: SWOT analýza pro vydavatelskou banku

<p style="text-align: center;">SILNÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Přívětivější odměňování držitelů karet (dle zvolených preferencí) • Klienti budou platební karty využívat častěji (= zvýšení tržeb bank) • Cílené směřování nákupů zboží a služeb (banky mohou nabízené odměny podmiňovat nákupy určitého druhu zboží či služeb) • Vázání klientů na příslušnou vydavatelskou banku (tvorba stále klientely) 	<p style="text-align: center;">SLABÉ STRÁNKY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Jedinec nemá společné znaky jako daná skupina (špatný typ motivace) • Celá skupina nemá vždy společné všechny znaky • Zvýšená pracnost se zařazením žadatele do příslušné skupiny
<p style="text-align: center;">EXTERNÍ PŘÍLEŽITOSTI</p> <ul style="list-style-type: none"> • Rozšíření portfolia klientů • Pokrytí větší části trhu • Zaplnění mezer konkurence • Spolupráce se společnostmi z jiných odvětví (při nastavování odměn) 	<p style="text-align: center;">EXTERNÍ HROZBY</p> <ul style="list-style-type: none"> • Špatně zvolené nastavení odměňování skupin • Všeobecné hrozby při využívání platebních karet

Zdroj: Vlastní zpracování

Výsledným efektem SWOT analýzy bylo posoudit skupinový systém motivací. Silné stránky a příležitosti výrazně převažují, a proto lze konstatovat, že je možné sestavit motivační opatření pro jednotlivé skupiny respondentů.

4.4.2. Skupina – ženy

Vyhodnocení podskupiny mladších žen

V tabulce 11 jsou stanoveny platební vlastnosti skupiny žen mladších 30 let. Porovnává se faktor pohlaví s faktorem věku. Pro stanovení optimální hodnoty jsou využity střední hodnoty.

Tabulka 11: Srovnání skupiny mladších žen

Skupina č. 1	Ženy	Mladší 30 let	Optimum
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení
Nejslabší výhoda platebních karet	Bezpečnost placení	Bezpečnost placení	Bezpečnost placení
Spodní hranice pro platby kartou	60 % / 32 %	58 % / 26 %	59 % / 29 %
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	20 % / 46 %	24,8 % / 61,4 %	22,4 % / 53,7 %
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,3 % / 46 %	5,9 % / 43,6 %	6,1 % / 44,8 %
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	12,4 % / 53,1 %	13,9 % / 48,5 %	13,15 % / 50,8 %
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	15,6 % / 54,8 %	11,9 % / 39,6 %	13,75 % / 47,2 %

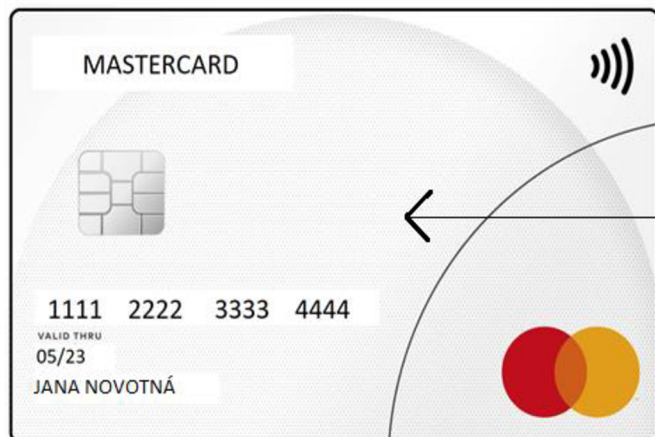
Zdroj: Vlastní zpracování

Mladší ženy stejně jako muži nejvíce preferují peněžitou motivaci. Rozdílem je druhá nejžádanější odměna za placení platební kartou, kterou je **charitativní odměna**. Ženy tento typ odměn preferují více než věrnostní nebo nepeněžitou odměnu.

Dalším rozdílem je **spodní hranice** pro platby kartou. Mladší ženy využívají platební karty oproti hotovosti dříve než starší ženy.

Finální verze platební karty pro ženy mladší 30 let je vyobrazena na obrázku 6.

Obrázek 6 Návrh vlastností pro skupinu žen mladších 30 let



Jméno: Jana Novotná
Pohlaví: Žena
Věk: 28 (pod 30 let)

Přidělené kladné vlastnosti:
- Zisk preference peněžité a věrnostní motivace

Přidělené záporné vlastnosti:
- Ztráta preference charitativní a nepeněžité motivace
- Nižší zájem o bezpečnost placení (na úkor ostatních výhod)
- Mladší ženy platí platební kartou oproti hotovosti později než celkově ženy

Zdroj: Vlastní zpracování

Vyhodnocení podskupiny starších žen

V tabulce 12 jsou stanoveny platební vlastnosti skupiny žen starších 30 let. Porovnává se faktor pohlaví s faktorem věku. Pro stanovení optimální hodnoty jsou využity střední hodnoty.

Tabulka 12: Srovnání skupiny starších žen

Skupina č. 2	Ženy	Starší 30 let	Optimum
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení
Nejslabší výhoda platebních karet	Bezpečnost placení	Levnější placení	Levnější placení nahrazuje bezpečnost placení
Spodní hranice pro platby kartou	60 % / 32 %	52 % / 42 %	56 % / 37 %

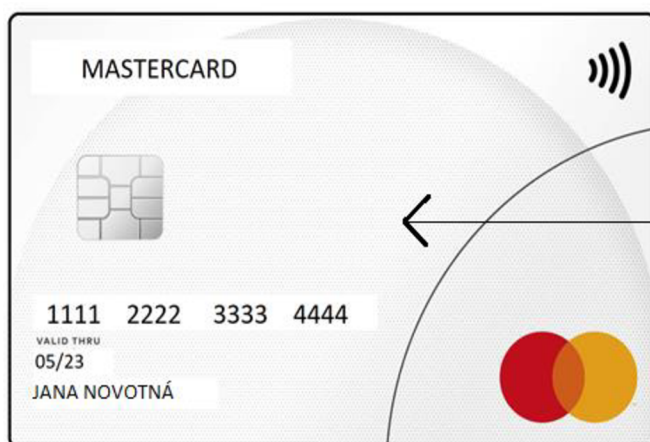
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	20 % / 46 %	12,1 % / 65,5 %	16,05 % / 55,75 %
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,3 % / 46 %	6,9 % / 55,2 %	6,6 % / 50,6 %
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	12,4 % / 53,1 %	20,3 % / 63,8 %	16,35 % / 58,45 %
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	15,6 % / 54,8 %	12,1 % / 60,3 %	13,85 % / 57,75 %

Zdroj: Vlastní zpracování

U žen starších 30 let se změnilo pořadí preference výhod platebních karet. Starší ženy více preferují bezpečnost placení před **levnějším placením** platebních karet. U respondentek starších 30 let zaznamenává výrazný pokles peněžitá motivace, která ztrácí 6,35 % oproti mladším respondentkám. Tento pokles znamená změnu v preferencích odměn, jelikož se nejžádanější odměnou u starších žen stává **věrnostní odměna** a až poté následuje peněžitá odměna.

Finální verze platební karty pro ženy starší 30 let je zobrazena na obrázku 7.

Obrázek 7 Návrh vlastností pro skupinu žen starších 30 let



Jméno: Jana Novotná
Pohlaví: Žena
Věk: 32 (nad 30 let)

Přidělené kladné vlastnosti:
- Zisk preference věrnostní a nepeněžitě motivace
- Vyšší zájem o bezpečnost placení

Přidělené záporné vlastnosti:
- Ztráta preference peněžitě a charitativní motivace
- Nižší zájem o levnější placení (na úkor ostatních výhod)
- Starší ženy platí platební kartou oproti hotovosti později než celkově ženy

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4.3. Skupina – muži

Vyhodnocení podskupiny mladších mužů

V tabulce 13 jsou stanoveny platební vlastnosti skupiny mužů mladších 30 let. Porovnává se faktor pohlaví s faktorem věku. Pro stanovení optimální hodnoty jsou využity střední hodnoty.

Tabulka 13: Srovnání skupiny mladších mužů

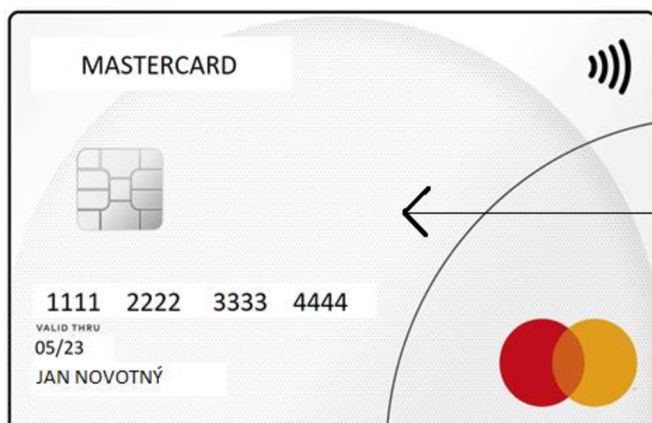
Skupina č. 3	Muži	Mladší 30 let	Optimum
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení
Nejslabší výhoda platebních karet	Levnější placení	Bezpečnost placení	Bezpečnost placení nahrazuje levnější placení
Spodní hranice pro platby kartou	60 % / 32 %	58 % / 26 %	59 % / 29 %
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	25 % / 65 %	24,8 % / 61,4 %	24,9 % / 63,2 %
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,5 % / 56,5 %	5,9 % / 43,6 %	6,2 % / 50,05 %
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	13 % / 56,5 %	13,9 % / 48,5 %	13,45 % / 52,5 %
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	15,2 % / 54,3 %	11,9 % / 39,6 %	13,55 % / 46,95 %

Zdroj: Vlastní zpracování

Na rozdíl od skupiny starších respondentek, mladší muži pod 30 let více preferují **levnější placení** před bezpečností placení. U mladších mužů posílila **věrnostní odměna**. O svou podporu přišla nejvíce charitativní odměna, která ztratila 1,65 %.

Finální verze platební karty pro muže mladší 30 let je zobrazena na obrázku 8.

Obrázek 8 Návrh vlastností pro skupinu mužů mladších 30 let



Jméno: Jan Novotný
Pohlaví: Muž
Věk: 28 (pod 30 let)

Přidělené kladné vlastnosti:
- Posílení preference věrnostní motivace
- Růst zájmu o levnější placení platebními kartami

Přidělené záporné vlastnosti:
- Výrazná ztráta preference charitativní motivace
- Nižší zájem o bezpečnost placení (na úkor ostatních výhod)

Zdroj: Vlastní zpracování

Vyhodnocení podskupiny starších mužů

V tabulce 14 jsou stanoveny platební vlastnosti skupiny mužů starších 30 let. Porovnává se faktor pohlaví s faktorem věku. Pro stanovení optimální hodnoty jsou využity střední hodnoty.

Tabulka 14: Srovnání skupiny starších mužů

Skupina č. 4	Muži	Starší 30 let	Optimum
Nejsilnější výhoda platebních karet	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení	Jednoduchost placení
Nejslabší výhoda platebních karet	Levnější placení	Levnější placení	Levnější placení
Spodní hranice pro platby kartou	60 % / 32 %	52 % / 42 %	56 % / 37 %
Peněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	25 % / 65 %	12,1 % / 65,5 %	18,55 % / 65,25 %
Nepeněžitá odměna (výrazná/nepatrná motivace)	6,5 % / 56,5 %	6,9 % / 55,2 %	6,7 % / 55,85 %
Věrnostní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	13 % / 56,5 %	20,3 % / 63,8 %	16,65 % / 60,15 %
Charitativní odměna (výrazná/nepatrná motivace)	15,2 % / 54,3 %	12,1 % / 60,3 %	13,65 % / 57,3 %

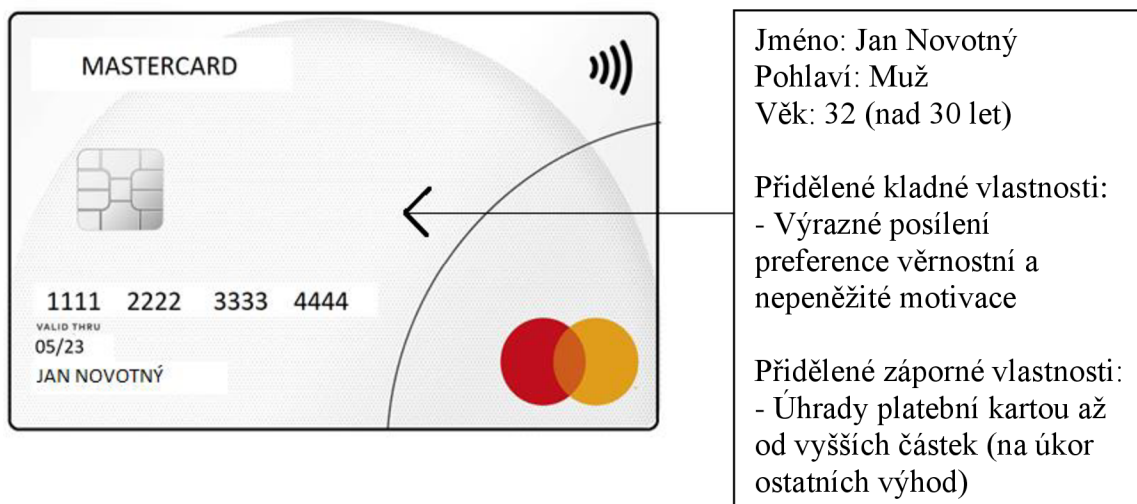
Zdroj: Vlastní zpracování

Dle výzkumu skupina mužů starších 30 let začíná platit platební kartou na úkor hotovostních prostředků nejpозději ze všech skupin.

U starších mužů roste podpora u **věrnostní odměny** (+ 3,65 %) a **nepeněžité odměny** (+ 0,2 %). Největší ztrátu zaznamenává peněžité odměna, která odepisuje 6,45 %.

Finální verze platební karty pro ženy starší 30 let je vyobrazena na obrázku 9.

Obrázek 9 Návrh vlastností pro skupinu mužů starších 30 let



Zdroj: Vlastní zpracování

5. Zhodnocení výsledků

Téměř po celém světě dochází k dynamickému rozšíření vydávání platebních karet, ať už se jedná o kreditní, debetní či jiné druhy karet. Bankovní instituce se snaží motivovat držitele platebních karet k větším výdajům. Důvodů může být hned několik. Ať už je banka vydavatelem platebních karet (issuer) nebo poskytovatelem akceptačních zařízení a procesování transakcí (acquirer), vždy je hlavním důvodem zisk, který plyne z poplatků a provizí za využívání platebních karet.

Z vyhodnocení vlivů, které ovlivňují placení platebními kartami vyplynulo, že existují rozdíly mezi muži a ženami nebo staršími a mladšími držiteli. Vydavatelské banky mohou věnovat více pozornosti, komu své platební karty vydávají a tím ovlivňovat využití platebních karet pro bezhotovostní úhrady.

Z hodnocení vlivů bylo zjištěno, že **ženy mladší 30 let (spolu s muži pod 30 let)** platí platební kartou od nižších peněžních úhrad než starší skupiny respondentů. Hlavní preferencí této skupiny je peněžitá a charitativní motivace. Ačkoliv se v případě charitativní motivace nejedná o přímou odměnu držitelů karet, vzbuzuje v lidech soucit s osobami, kteří potřebují pomoci. Cílem takové pomoci může být například podpora lidí se zdravotním postižením, seniorů, lidí bez domova, opuštěných dětí nebo matek samoživitelek. Mezi specializovaná místa spadají například hospice, nemocnice, domovy pro seniory a další specializované instituce. Kromě jiných rostla také věrnostní motivace (např. výhra osobního automobilu).

Na druhou stranu mladší ženy ztratily část zájmu o nepeněžitou motivaci (např. zvýšení kladného úroku na běžném účtu). Ze zjištěných údajů také vyplývá, že tato skupina jako nejslabší výhodu označila bezpečnost placení. Pod tímto pojmem se však skrývá mnoho pozitivních výhod. Lidé nejsou nuceni nosit velké obnosy hotovostních prostředků ve svých peněženkách a nevystavují se tak vážnému existenčnímu riziku ztráty peněz. Přístup k peněžním prostředkům na platební kartě je více omezen než přístup do penženky dané osoby.

Při prozkoumání hodnot druhé skupiny, tedy **žen starších 30 let** bylo zjištěno, že v některých oblastech se názory od mladších žen výrazně mění. Starší respondentky procentuálně zvýšily důvěru ve věrnostní motivaci.

Pohled na bezpečnost platebních karet vzrostl a tato výhoda byla ohodnocena lépe než levnější placení. Starší ženy oproti mladším ženám projevily výrazně nižší zájem o peněžitou motivaci.

V podskupině **mužů do 30 let** došlo k výraznému posílení preference peněžité a věrnostní motivace na úkor nepeněžité motivace, která zaznamenala pokles.

U **mužů nad 30 let** posílila motivace charitativní a věrnostní. Starší muži více dbají na bezpečnost placení, proto byla tato výhoda u nich přednější než levnější placení, ačkoliv to bylo ve skupině mladších mužů hodnotnější.

Skupina starších mužů (stejně jako skupina starších žen) skončila za očekáváním v oblasti placení platební kartou, jelikož platí platební kartou oproti hotovosti od vyšších částek než ostatní skupiny.

5.1. Doporučení

Z pohledu vydavatelství bank je možné více naslouchat lidem a přihlídnout na vlastnosti jednotlivých držitelů platebních karet. Cílem je nastavit motivační systém pro jednotlivé skupiny lidí, kteří se vyznačují společnými charakteristickými vlastnostmi.

Lidé se budou více ztotožňovat s nabízenými odměnami či službami. Výsledkem bude větší motivace klientů bank k využívání platebních karet. Tento efekt může podpořit opětovný rozkvět maloobchodního prodeje.

6. Závěr

Závěrem lze konstatovat, že platební karty jsou nedílnou součástí moderního platebního styku. V bakalářské práci byly postupně splněny všechny vytyčené cíle. Jako první byl splněn dílčí cíl, který potvrdil, že na platební zvyky držitelů platebních karet působí vlivy. Mezi vybrané vlivy patřil například věk, pohlaví či dosažené vzdělání.

Hlavní cíl bakalářské práce spočíval v sestavení motivačního systému pro držitele platebních karet. Tento cíl byl splněn při sestavení platebních karet na míru pro jednotlivé skupiny respondentů, kde byly posuzovány odpovědi z dotazníkového šetření.

Cílem vytvoření fiktivních platebních karet nebyla změna fyzických vlastností a náležitostí, které mohou být vidět při pohledu na danou kartu. Skutečný cíl je v systematickém nastavování odměňování a podpor držitelů těchto platebních karet, které mohou nastavit banky po analýze žadatele.

Při zkoumání jednotlivých skupin držitelů platebních karet vyplynuly jednoznačné rozdíly v jejich pohledu na bezhotovostní platební styk, kdy například každá skupina projevila zájem o jiné typy odměn.

7. Seznam použitých zdrojů

7.1. Literární zdroje

- Blažek, L., Vrabcová, P. 2019. Finanční gramotnost – 1. vydání. Praha: VŠEM. 228 s. ISBN 978-80-87839-99-7
- Dubinsky, I. 2019. Acquiring Card Payments. Taylor & Francis Ltd. 246 s. ISBN 9780367342845
- Geisslerová, E., Hodač, T., Váňová, V., 2012. Mít přehled: Průvodce informačními a poradenskými službami pro mládež v ČR. Praha: Národní institut dětí a mládeže MŠMT. 252 s. ISBN 978-80-87449-02-8
- Gupta, V. 2019. I-Byte Telecommunication, Media & Technology Industry – September edition. IT-Shades. 97 s. ASIN: B07ZC4XCDZ
- Juřík, P. 2006. Platební karty – velká encyklopedie 1870-2006. Praha: Grada. 296 s. ISBN 80-247-1381-0
- Málek, P., Oškrdalová, G., Valouch, P. a kol. 2016. Osobní finance. MUNI PRESS. 204 s. ISBN 978-80-210-8178-9
- Polouček, S. a kol. 2006. Bankovníctví. Praha: C. H. Beck. 716 s. ISBN 80-7179-462-7
- Máče, M. 2006. Platební styk: klasický a elektronický. Praha: Grada. 220 s. ISBN 80-247-1725-5
- Rak, R., Matyáš, V., Říha, Z. a kol. 2008. Biometrie a identita člověka ve forezních a komerčních aplikacích. Praha: Grada. 664 s. ISBN 978-80-247-2365-5
- Revenda, Z., Kodera, J. a kol. 2014. Peněžní ekonomie a bankovníctví. Management Press. 424 s. ISBN 978-80-7261-279-6
- Soukal, I., Draessler, J. 2014. Základní bankovní služby a asymetrie informací z hlediska spotřebitele. Praha: Grada. 160 s. ISBN 978-80-247-5465-9
- Švecová, L., Veber, J. 2021. Produkční a provozní management. Praha: Grada. 344 s. ISBN 978-80-271-1385-9

7.2. Internetové zdroje

Česká národní banka. Komentář ke statistice platebního styku [online]. ©ČNB 2023 [cit. 2021-3-11]. Dostupné z:

https://www.cnb.cz/cs/statistika/menova_bankovni_stat/harm_stat_data/komentar-ke-statistice-platebniho-styku/index.html

VISA. Historie VISA [online]. ©Copyright 1996 – 2023. Dostupné z:

<https://www.visa.cz/o-spolecnosti-visa/nase-podnikani/historie-kreditnich-karet-visa.html>

Česká spořitelna. Slovník finančních pojmů a výrazů, které byste měli znát [online].

©2023 Česká spořitelna, a.s. Dostupné z: <https://www.csas.cz/cs/financni-slovník>

MasterCard. Typy karet [online]. ©1994-2022 Mastercard.

Dostupné z: <https://www.mastercard.cz/cs-cz/osobni/typy-karet.html>

Hympl, J. Polovina Čechů stále volí hotovost, zaostáváme, říká country manager Visa.

iDNES.cz [online]. [cit. 2022-01-24]

Dostupné z: https://www.idnes.cz/ekonomika/domaci/bezkontaktni-platba-kartou-cesko-visa-petr-polak.A211230_172000_ekonomika_albe

Komerční banka. Rozdíl mezi kreditní a debetní kartou.. Kb.cz [online]. © 2023 Komerční

banka. Dostupné z: <https://www.kb.cz/cs/obcane/kb-radce/chytre-na-pujcky/rozdil-mezikreditni-a-debetni-kartou>

ČSOB. 7 znaků, jak bezpečně poznat podvodný e-mail. [online] ČSOB [cit. 2020-03]

Dostupné z: <https://www.csob.cz/portal/v-obraze/blog/clanky/7-znaku-jak-bezpecne-poznat-podvodny-e-mail>

WesternUnion. History [online]. © 2023 Western Union Holdings Dostupné z:

<https://www.westernunion.com/cz/en/home.html>

Ebay. Diners Club Collectible Credit & Charge Cards [online]. Dostupné z:

https://www.ebay.com/b/Diners-Club-Collectible-Credit-Charge-Cards/1462/bn_90467254

Platbakartou .csob. Manuál pro obchodníky přijímající platby prostřednictvím platebních

karet [online]. Dostupné z: [https://platbakartou.csob.cz/wp-](https://platbakartou.csob.cz/wp-content/themes/csob_acq/assets/media/files/manual-pro-obchodniky-prijimajici-platby-prostrednictvim-platebnich-karet.pdf)

[content/themes/csob_acq/assets/media/files/manual-pro-obchodniky-prijimajici-platby-prostrednictvim-platebnich-karet.pdf](https://platbakartou.csob.cz/wp-content/themes/csob_acq/assets/media/files/manual-pro-obchodniky-prijimajici-platby-prostrednictvim-platebnich-karet.pdf)

Survio.com. © Survio 2012 – 2023. Dostupné z: <https://www.survio.com/cs/>

8. Seznam obrázků; Seznam tabulek; Seznam grafů; Seznam použitých zkratk

Seznam obrázků

Obrázek 1: Vývoj počtu platební karet a bankomatů.....	10
Obrázek 2: Western Union credit card 1914.....	12
Obrázek 3: Diners club card 1968.....	15
Obrázek 4 Průběh transakce.....	27
Obrázek 5 Vzor platební karty.....	55
Obrázek 6 Návrh vlastností pro skupinu žen mladších 30 let.....	58
Obrázek 7 Návrh vlastností pro skupinu žen starších 30 let.....	59
Obrázek 8 Návrh vlastností pro skupinu mužů mladších 30 let.....	61
Obrázek 9 Návrh vlastností pro skupinu mužů starších 30 let.....	62

Seznam tabulek

Tabulka 1: Doplnkové služby pro držitele platebních karet.....	22
Tabulka 2: Zákony na ochranu platebních karet.....	28
Tabulka 3: Pravidla regulace.....	28
Tabulka 4: Četnost plateb na internetu dle pohlaví.....	45
Tabulka 5: Vliv pohlaví.....	45
Tabulka 6: Četnost plateb na internetu dle věku.....	48
Tabulka 7: Vliv věku.....	49
Tabulka 8: Četnost plateb na internetu dle vzdělání.....	52
Tabulka 9: Vliv dosaženého vzdělání.....	53
Tabulka 10: SWOT analýza pro vydavatelskou banku.....	56
Tabulka 11: Srovnání skupiny mladších žen.....	57
Tabulka 12: Srovnání skupiny starších žen.....	58
Tabulka 13: Srovnání skupiny mladších mužů.....	60
Tabulka 14: Srovnání skupiny starších mužů.....	61

Seznam grafů

Graf 1: Pohlaví respondentů.....	31
Graf 2: Věkové kategorie respondentů.....	32
Graf 3: Vzdělání respondentů.....	32
Graf 4: Čistý měsíční příjem respondentů.....	33
Graf 5: První platební karta respondentů.....	34
Graf 6: Preference v placení.....	34
Graf 7: Využívané podoby platebních karet.....	35
Graf 8: Největší výhody platebních karet.....	35
Graf 9: Spodní hranice pro neplacení hotovosti.....	36
Graf 10: Obchodníci bez akceptace platebních karet.....	37
Graf 11: Platby na internetu.....	37
Graf 12: Četnost plateb na internetu.....	38
Graf 13: Obdržené odměny za platby platební kartou.....	39
Graf 14: Peněžitá odměna.....	40
Graf 15: Nepeněžitá odměna.....	40

Graf 16: Věrnostní odměna.....	41
Graf 17: Charitativní odměna	42
Graf 18: Preference respondentů v typech odměn.....	43

Seznam použitých zkratk

ČNB - Česká národní banka
POS - Point of Sale (prodejní místo)
USA - United States of America (Spojené státy americké)
JCB - Japan Credit Bureau
SBČS - Státní banka česko-slovenská
ČSOB - Česko-slovenská obchodní banka
PIN - Personal identification number (osobní identifikační číslo)
CD – Compact disk (kompaktní disk)