프로젝트 주제 관련 내용 정리

서지용 교수님의 2015년 ‘신용카드회사의 수익 구조 연구’에 의하면 가맹점 수수료 수익과 자기자본이익률(ROE) 및 자산규모간의 유의한 장기균형관계가 존재하며 특히 가맹점 수수료 수익의 충격은 신용카드회사의 자기자본이익률에 즉각적인 부(-)의 영향력을 미치고 해당 영향력이 최대 30분기 이상 지속된다고 하였습니다.

이에 따라 2012년 정부에서 개정한 '여신전문금융업법'을 바탕으로 영세・중소사업자 지원을 위해 시행된 영세・중소 카드가맹점수수료 인하 정책은 카드사의 수익성에 악영향을 미치고 있습니다.

표1. 가맹점수수료율 조정 내역

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 연매출 | 조정년도(최초 적용일 기준) | | | | |
| 2012 | 2016 | 2017 | 2019 | 2022 |
| 신용카드 | ~ 2억 | 1.5% | 0.8% | 0.8% | 0.8% | 0.5% |
| 2 ~ 3억 | 2.0% | 1.3% | 0.8% | 0.8% | 0.5% |
| 3 ~ 5억 | 2% 내외 | 2% 내외 | 1.3% | 1.3% | 1.1% |
| 5 ~ 10억 | 2% 내외 | 2% 내외 | 2% 내외 | 1.4% | 1.25% |
| 10 ~30억 | 2% 내외 | 2% 내외 | 2% 내외 | 1.6% | 1.5% |

자료 : 금융감독원

뿐만 아니라

이런 상황에 하나카드는 디지털 플랫폼 및 신기술사업과의 협력을 통한 Data&Payment사로의 방향 전환, 할부금융 등 손님 기반 이익 사업 확대, 해외서비스 플랫폼 확대를 통한 글로벌 사업 확대 등의 노력을 진행하고 있습니다.

하나카드의 강점

1) 하나금융그룹과의 시너지 창출

당사는 은행영업점 채널을 이용한 신규회원 유치, 그룹사간 Cross-Selling을 통한 시너지 창출, 하나은행, 하나증권을 비롯한 하나금융그룹 계열사들의 적극적인 지원을 강점으로 볼 수 있습니다.

2) 모바일카드의 선두 주자

당사는 카드 업계에서 최초로 모바일 카드를 발급하면서 카드업계의 패러다임 전환을 시도하고 있습니다. 새로운 시장을 선도하기 위해 다양한 모바일 기반의 신개념 카드의 출시를 통해 모바일카드 시장점유율 및 인지도부문에서 우위를 점하고 있습니다.

3) 국내 해외카드 매입시장에서의 독보적 지위

당사는 전략가맹점 섭외 강화, 온라인 B2BㆍB2C 해외카드 매입 확대, 온라인관련 카드 매입 가맹점 확대 및 오프라인 매입 시장 진입 등의 다양한 전략 운영을 통해 국내에서 해외카드 매입부분에 대해 높은 시장점유율 유지하고 있습니다.

4) Global Network 시너지

당사는 하나금융그룹의 글로벌 네트워크를 기반으로 고객의 해외카드 사용에 있어 특화되고 경쟁력 있는 서비스를 제공하고 있습니다.

출처 :

논문

<http://www.creditcard.re.kr/common/journal/list.html?a_gb=app&a_cd=2&a_item=0&sm=2_4&po_list_type=C&s_author=%BC%AD%C1%F6%BF%EB&page=3>

데이터

https://www.nicerating.com/common/fileDown.do?docId=9c2cb6d0-89e1-4016-a760-970cbd3e8f08

보고서

https://www.hanacard.co.kr/OGA30000030D.web?displayCount=12&

문제점 : 접근은 좋은데 용어 등을 너무 어렵게 설명한다. 쉽게 설명해야함