

# Stavovi potrošača prema e-bankarstvu tijekom pandemije bolesti COVID-19

---

Kajtazi, Petra

Undergraduate thesis / Završni rad

2021

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University North / Sveučilište Sjever**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:434192>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-05**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





# Sveučilište Sjever

Završni rad br. 297/PIM/2021

**Stavovi potrošača prema e-bankarstvu tijekom pandemije bolesti COVID-19**

**Petra Kajtazi, 2572/336**

Koprivnica, listopad 2021. godine



# Sveučilište Sjever

Odjel za Ekonomiju

Odsjek za Poslovanje i menadžment

Završni rad br. 297/PIM/2021

**Stavovi potrošača prema e-bankarstvu tijekom pandemije bolesti COVID-19**

**Studentica:**

Petra Kajtazi, 2572/336

**Mentorica:**

doc. dr. sc. Trina Mjeda

Koprivnica, listopad 2021. godine

# Prijava završnog rada

## Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju	▼
STUDIJ	preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment	▼
PRISTUPNIK	Petra Kajtazi	MATIČNI BROJ 2572/336
DATUM	KOLEGIJ Mikroekonomija	
NASLOV RADA	Stavovi potrošača prema e-bankarstvu tijekom pandemije bolesti COVID-19	
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Consumers' attitudes towards e-banking during a COVID-19 pandemic	
MENTOR	dr. sc. Trina Mjeda	ZVANJE docent
ČLANOVI POVJERENSTVA	izv. prof. dr. sc. Ante Rončević, predsjednik Povjerenstva	
	1.	univ.spec.oec. Josip Vuković, predavač, član
	2.	doc. dr. sc. Trina Mjeda, mentor
	3.	doc. dr. sc. Mirko Smoljić, zamjenski član
	4.	
	5.	

## Zadatak završnog rada

BROJ	297/PIM/2021
OPIS	Zadatak završnog rada je analizirati stavove potrošača prema kartičnim i online bankarskim transakcijama tijekom pandemije bolesti COVID-19. Pandemija bolesti COVID-19 koja je zahvatila čitav svijet i u bankarski je segment, odnosno provođenje svakodnevnih financijskih transakcija donijela određenu dozu rizika, naročito zbog velikog broja kontakata koji se javljaju prilikom rukovanja gotovim novcem, a što se posebnim epidemiološkim mjerama upravo nastojalo izbjeći. Predmet istraživanja ovog završnog rada je utvrditi jesu li korisnici preferirali kartično plaćanje u odnosu na gotovinsko, te kakva su njihova stajališta prema e-bankarstvu općenito.
	U radu je potrebno: - definirati osnovne pojmove vezane za funkciju Interneta u bankarskom sustavu u RH - razložiti kartično poslovanje u Hrvatskoj - analizirati utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na okružje u kojem klijenti djeluju - ispitati preferencije klijenata prema kartičnom plaćanju u odnosu na gotovinsko, te njihova stajališta prema e-bankarstvu općenito - objasniti intenzitet utjecaja globalne pandemije na promjene u provođenju financijskih transakcija - sintetizirati spoznaje o procesu online bankovnih transakcija i kartičnog plaćanja za vrijeme pandemije bolesti COVID-19

ZADATAK URUČEN

POTPIS MENTORA

## SAŽETAK

Tema je ovog završnog rada analiza stajališta potrošača prema kartičnom plaćanju, uz poseban osvrt na pandemiju bolesti COVID-19 i njezin utjecaj na stajališta potrošača prema bezgotovinskom plaćanju u odnosu na plaćanje gotovim novcem. Pandemija bolesti COVID-19 koja je zahvatila čitav svijet i u bankarski je segment, odnosno provođenje svakodnevnih financijskih transakcija donijela određenu dozu rizika, naročito zbog velikog broja kontakata koji se javljaju prilikom rukovanja gotovim novcem, a što se posebnim epidemiološkim mjerama upravo nastojalo izbjeći. Predmet istraživanja ovog završnog rada je utvrditi jesu li korisnici preferirali kartično plaćanje u odnosu na gotovinsko, te kakva su njihova stajališta prema e-bankarstvu općenito. Kako bi smanjili broj kontakata te posljedično rizik od zaraze, banke su, primjerice, kupcima povećale kartično ograničenje za beskontaktno plaćanje po pojedinačnoj transakciji, kako bi klijente stimulirali na češće korištenje kartica prilikom obavljanja svakodnevnih transakcija.

Zadatak ovog rada usmjeren je opisu digitalne ekonomije, odnosno njenih postignuća u bankarskom sektoru. Nadalje, rad se bavi predstavljanjem općenitih informacija glede vrsta plaćanja, kartičnog plaćanja i sigurnosti istog, definira osnovne pojmove vezane za funkciju Interneta u bankarskom sustavu u RH i analizira utjecaj pandemije bolesti COVID-19 na okružje u kojem klijenti pojedine banke djeluju.

Svrha istraživanja ovog rada jest ispitati preferencije klijenata prema kartičnom plaćanju u odnosu na gotovinsko, te njihova stajališta prema e-bankarstvu općenito, objasniti intenzitet utjecaja globalne pandemije na promjene u provođenju financijskih transakcija te sintetizirati spoznaje o procesu online bankovnih transakcija i kartičnog plaćanja za vrijeme pandemije bolesti COVID-19.

**Ključne riječi:** *koronavirus, e-bankarstvo, online bankarstvo, kartično plaćanje, stajališta potrošača, digitalna ekonomija*

## SUMMARY

The subject of this paper is the analysis of consumers' attitudes towards card payments, with particular reference to the COVID-19 pandemic and its impact on consumers' attitudes towards non-cash payments in relation to cash payments. The pandemic of the COVID-19 disease, affected the whole world and brought a certain amount of risk to the banking sector – especially since there are numerous daily financial transactions conducted, and due to the large number of contacts that occur when handling cash, which is exactly the behaviour that is tried to be avoided during these times. The research of this paper is aimed to determine whether users preferred card payment to cash, and what are their attitudes towards e-banking in general. In order to reduce the number of contacts and consequently the risk of infection, banks have, for example, increased the card limit for contactless payment per individual transaction, in order to stimulate customers to use cards more often when performing daily transactions.

The assignment of this paper is to describe the digital economy, ie its achievements in the banking sector. Furthermore, the paper displays general information on the types of payments, card payments and security, defines basic concepts related to the function of the Internet in the Croatian banking system and analyzes the impact of the COVID-19 pandemic on the environment in which individual banks operate.

The purpose of this paper is to examine clients' preferences for card payment in relation to cash, and their attitudes towards e-banking in general, to explain the intensity of the global pandemic impact on changes in financial transactions and to synthesize knowledge about the process of online banking and card payment during the pandemic. COVID-19 disease.

**Keywords:** *coronavirus, e-banking, online banking, card payment, consumer views, digital economy*

## SADRŽAJ

<b>SAŽETAK</b> .....	<b>1</b>
<b>SUMMARY</b> .....	<b>2</b>
<b>1. Uvod</b> .....	<b>4</b>
<b>2. Internet u funkciji plaćanja u Hrvatskoj</b> .....	<b>5</b>
2.1. Utjecaj Interneta na ekonomski razvoj .....	5
2.2. Razvoj Internet bankarstva u Hrvatskoj .....	6
2.3. Elektronički novac kao ekvivalent za gotovinu.....	9
2.4. Sigurnost u elektroničkom poslovanju .....	10
<b>3. Kartično poslovanje u Hrvatskoj</b> .....	<b>13</b>
3.1. Kartica i kartični brand.....	13
3.2. Vrste kartica .....	16
3.3. Razlozi raširenosti i popularnosti kartica .....	19
<b>4. Poslovanje banaka za vrijeme pandemije bolesti Covid-19 - primjer Erste banke</b> ....	<b>22</b>
<b>5. Empirijsko istraživanje</b> .....	<b>24</b>
5.1. Metodološki okvir .....	24
5.2. Hipoteze istraživanja .....	24
5.3. Opis uzorka .....	25
5.4. Rezultati istraživanja .....	28
<b>6. Zaključak</b> .....	<b>34</b>
<b>POPIS LITERATURE</b> .....	<b>36</b>
<b>POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA</b> .....	<b>38</b>
<b>ANKETNI UPITNIK</b> .....	<b>39</b>

## 1. Uvod

S obzirom na okolnosti koje je pandemija bolesti COVID-19 nametnula na svjetskoj razini poput primjerice ograničavanja kretanja stanovništva, rada od kuće i slično, potrošači su se nužno morali prilagoditi novonastaloj situaciji i u sektoru bankovnih, odnosno financijskih transakcija. Nacionalne vlasti, mediji, zdravstveni sustav i druge institucije inzistiraju na povećanom oprezu prilikom svakodnevnih fizičkih kontakata radi osobne zaštite i zaštite bližnjih te usporavanja zaraze koronavirusom. S tim u skladu, zanimljivo je istražiti kako su takva globalna kretanja utjecala na stajališta prema kartičnim transakcijama i korištenju e-bankarstva u Republici Hrvatskoj.

Primjetno je da je svjetska pandemija bolesti COVID-19 ubrzala i olakšala prelazak na e-bankarstvo čak i kod osoba koje su sklonije „držanju i plaćanju gotovinom“. Neupitna je činjenica kako je teško pretpostaviti da je svaka osoba sklona kartičnim transakcijama, plaćanju svojih režija online bankarstvom ili skeniranju kodova s uplatnica, međutim, opasnost od zaraze koronavirusom stimulirala je hrvatsko stanovništvo na češće korištenje svojih debitnih i kreditnih kartica za beskontaktno plaćanje. Upravo je autorica završnog rada to zapazila i na svojem radnom mjestu, što je bila primarna motivacija za provođenje ovog istraživanja.

Za povećanje korištenja prednosti online bankarstva potrebno je povećati tehnološku pismenost hrvatskog stanovništva, naročito u segmentu sigurnosti. S tim u skladu, bankarski sustav usmjeren je konstantnom napretku u zaštiti digitalnog identiteta svakog pojedinca i poboljšanju sigurnosnih značajki svojeg rada. Kroz istraživanje koje je provela autorica rada ispituju se preferencije klijenata prema kartičnom plaćanju u odnosu na gotovinsko, te njihova stajališta prema e-bankarstvu općenito. Nadalje, ovim se radom pokušava objasniti intenzitet utjecaja globalne pandemije na promjene u provođenju financijskih transakcija te sintetizirati spoznaje o procesu online bankovnih transakcija i kartičnog plaćanja za vrijeme pandemije bolesti COVID-19.



## **2. Internet u funkciji plaćanja u Hrvatskoj**

Internet je kroz godine postao osnovni alat za trgovinu i financijske usluge. Razvojem novih komunikacijskih tehnologija, većina je usluga doživjela značajan razvoj, tako postajući sve dostupnije kupcima, bez obzira na njihovu lokaciju.

Pojedini autori sugeriraju da je upotreba interneta temeljna i neizbježna aktivnost u današnjem upravljanju tvrtkama bez obzira na njihovu veličinu i djelatnost. Sve veća upotreba interneta i komunikacijskih tehnologija dovodi do digitalizacije ekonomije koju karakteriziraju nova organizacija poslovanja i struktura gospodarstva. Pri tom, razvoj interneta treba promatrati kao sredstvo postizanja konkurentске prednosti (Šimunec et al., 2006).

Ovo poglavlje raspravlja o utjecaju interneta na ekonomski razvoj, opisuje razvoj internet bankarstva u Hrvatskoj i definira elektroničke potpise.

### **2.1. Utjecaj Interneta na ekonomski razvoj**

Ekonomski razvoj zemlje promatran je iz nekoliko perspektiva, od kojih je jedna i tehnologija te, unutar nje Internet, kao alat koji promiče poslovne inovacije i socijalno uključivanje kroz usluge povezane s obrazovanjem, zdravstvom i sl..

Osim socijalnih i političkih utjecaja, važno je ukazati na utjecaj interneta i na ekonomski razvoj (Šimunec et al., 2006) kroz:

- razmjenu i/ili pribavljanje informacija na globalnoj razini;
- oglašavanje i promociju proizvoda i usluga;
- prodaju robe i usluga.

Elektroničko poslovanje putem interneta osigurava:

1. Brzo i efikasno obavljanje financijskog poslovanja ;
2. Obavljanje financijskih transakcija u realnom vremenu;
3. Potpunu kontrolu nad financijskim poslovanjem kroz sustav dodjeljivanja različitih razina ovlaštenja;
4. Primjenu najsvremenijih tehnologija zaštite. (Šimunec et al., 2006).

Internet je vrijedan alat za informiranje proizvođača, posrednika i potrošača tijekom procesa razmjene na tržištu. Pojačava tržišnu konkurenciju i pomaže određivanu cijena i također pomaže u smanjenju regionalnih razlika, posebno između urbanih i ruralnih područja. Također igra ključnu ulogu na tržištu rada jer internetska povezanost stvara nove mogućnosti za zaposlenje.

Razvoj Interneta ubrzao je rast globalizacije prvenstveno smanjenjem fizičkih zapreka, jer uz pomoć mrežne komunikacije mnoga poduzeća mogu smanjiti svoje troškove.

Nadalje, digitalna razvijenost nerijetko se smatra i mjerilom razvijenosti država. Razvoj tehnologije odvija se kroz dva procesa (Šimunec et al., 2006):

1. Prvi, koji ide „u dubinu“ (Deep Computing) – osvajanje prostora koji je doskora bio isključivo rezerviran za razum i razmišljanje, i
2. Drugi, koji prodire „u širinu“ (Pervasive Computing) prožimajući sav okoliš - sveukupno.

Današnje je odvijanje poslovanja, pa i svakodnevnog života, gotovo nezamislivo bez upotrebe Interneta. Rast digitalizacije poslovanja traje već nekoliko godina no pandemija COVID-19 ubrzala je taj proces. Uz preporuke ostajanja kod kuće u svrhu smanjenja zaraze, ekonomija je bila prisiljena osloniti se na tehnologiju i povezanost omogućenu Internetom. U toj situaciji, poslovi koji su mogli, obavljali su se od kuće, zabava i slobodno vrijeme oslonili su se na mogućnosti tehnologije i Interneta, obrazovni sustavi u potpunosti su se prebacili na online modele, porasla je internetska trgovina, a online bankarstvo je doživjelo svoj procvat.

Iako pod nesretnim okolnostima, korisnici su upoznali mogućnosti interneta i tehnologije te povezanosti sa različitim tržištima svijeta. Pandemija je još snažno prisutna u RH stoga i dalje postoji velika neizvjesnost o razvoju situacije, posebice zbog obavještavanja o novim sojevima virusa. Velik će dio hrvatskog stanovništva nesumnjivo nastaviti primjenjivati novostečene navike prihvaćene tijekom pandemije, u smislu digitalizacije svakodnevnih aktivnosti.

## **2.2. Razvoj Internet bankarstva u Hrvatskoj**

Gotovo je nemoguće definirati točan „datum rođenja“ Internet bankarstva. Prije Internet bankarstva kakvog danas poznajemo, neke banke su nudile "PC bankarstvo" vlasnicima računara. To je bila usluga do koje se moglo doći samo biranjem telefonskog broja banke, a zatim bi se, nakon nekih postupaka provjere, omogućio pristup jednom ili više bankovnih računara. U

Hrvatskoj, prva takva usluga je ponuđena tržištu davne 1991. Tek godinama kasnije, ta je posebna usluga pretvorena u Internet bankarstvo.

E-bankarstvo je ‘živ sustav’ koji se svakodnevno razvija uz podršku suvremenih tehnologija u skladu sa sve sofisticiranijim željama i potrebama klijenata te predstavlja budućnost bankarskog poslovanja. U Hrvatskoj dolazi relativno rano do razvoja i pružanja usluga e-bankarstva. Razvoj e-bankarstva u današnjem obliku počinje 1994. g. kada je financijska institucija, Stanford Federal Credit Union ponudila prvu uslugu Internet bankarstva u USA (Zekić-Sušac & Kapetanović, 2021).

U Hrvatskoj (Zekić-Sušac & Kapetanović, 2021).:

- 1999. godine Međimurska banka uvodi Internet bankarstvo.
- 2000. godine Privredna banka Zagreb
- 2001.godine Zagrebačka banka počinje pružati uslugu online bankarstva
- 2013. sve vodeće banke na hrvatskom tržištu prepoznale su važnost e-bankarstva, te primjenom informacijsko-komunikacijskih tehnologija, dostupnosti interneta ono postaje sve značajnije, atraktivnije te konstantno se bilježi rast korisnika e-bankarstva.

Internet bankarstvo je vrlo dobro prihvaćeno u Republici Hrvatskoj, stoga je danas poslovanje bez svakodnevne upotrebe aplikacije svoje banke gotovo nezamislivo.

Suvremeni klijenti očekuju da obavljanje transakcija i korištenje usluga banaka bude što jednostavnije, pristupačnije i kratkotrajnije te da imaju pristup bilo gdje i bilo kada. Infrastruktura koja im to omogućuje su direktni kanali distribucije odnosno internet bankarstvo, mobilno bankarstvo, bankomati i EFT POS uređaji (Šimunec et al., 2006).

Razvoj Internet bankarstva u Hrvatskoj može se podijeliti u tri faze (Šimunec et al., 2006):

1. Faza - fokus je bio na mogućnosti obavljanja platno-prometnih transakcija,
2. Faza - učinjen je odmak od transakcijskog poslovanja – korisnicima je na raspolaganju investicijsko i kreditno poslovanje,
3. Faza - uspostavlja se novi način komunikacije, odnosno razmjene dokumenata na relaciji klijent – banka i obratno.

Banke su krenule u provođenje digitalizacije svojih procesa i prije postojanja zakona o elektroničkom potpisu i o elektroničkoj ispravi u Hrvatskoj pa se pravna regulacija obavljala pomoću bilateralnih ugovora između klijenta i banke (Šimunec et al., 2006).

Banke u Hrvatskoj su prepoznale priliku u digitalizaciji bankarstva što je podiglo Hrvatsku na razinu razvoja usporednu sa nekom od najjačih gospodarskih sila svijeta. Iako Hrvatska ima adekvatnu infrastrukturu i za više stupnjeve digitalizacije bankarskih usluga, demografske postavke Hrvatske to ne mogu podržati. Poznato je da Hrvatsku obilježava pretežito starije stanovništvo koje je u većini slučajeva slabo do potpuno informatički nepismeno što otežava prebacivanje sa tradicionalnog bankarstva na online bankarstvo. No, čak i starije stanovništvo sve više ulaže u informatičko opismenjavanje, a mlađe stanovništvo izrazito je informatički pismeno što predstavlja svijetlu budućnost za Internet bankarstvo u Hrvatskoj.

Internet je kroz godine postao osnovni alat za trgovinu i financijske usluge. Razvojem novih komunikacijskih tehnologija, većina je usluga doživjela značajan razvoj, tako postajući sve dostupnija kupcima, bez obzira na njihovu lokaciju. Tako je recimo sve više aktualna virtualna poslovnica banke, gdje ljudi više ne čekaju satima na dogovor u banci, nego se sve rješava brzo i jednostavno, te je tijekom pandemije bilo i preporučljivo takav oblik komunikacije gdje je sve više korisnika koristilo m-Banking uslugu, te kupovalo i plaćalo virtualno.

Digitalne banke su najnoviji tip banaka koje postaju ozbiljna konkurencija klasičnim bankama. Glavna simbolika koja razlikuje digitalne banke od običnih banaka jest ta što postoje samo u digitalnom obliku, bez fizičkih podružnica koje je moguće posjetiti. Digitalne banke su još poznate kao neobanke, mobilne banke, internetske banke ili pak virtualne banke. Možemo biti zahvalni tome što su zapravo neograničene u svojem doseg, mnoge digitalne banke koje djeluju u Europi dostupne su svim građanima Europske unije. Neke od tih banaka, primaju koja klijente i ne-EU rezidente što ih čini globalnim igračima (Moj Bankar, 2021).

Njihovo je uobičajeno pravilo je da izdaju kartice, fizičke ili virtualne, s malom naknadom (povoljnije nego klasične banke) ili bez naknade (poput primjerice Revolut kartice). Račune odnosno kartice tog tipa mogu se povezati čak i s PayPal računima i koristiti kao i inače. Karticom koju izdaju digitalne banke može se i podizati novac na bankomatu. Često te banke određuju do kojeg iznosa (npr. 200 eura mjesečno) se bez naknade može podignuti novac na bilo kojem bankomatu u Hrvatskoj. Nakon iskorištenja besplatnog limita, virtualne banke naplaćuju određenu naknadu za podizanje gotovine (Moj Bankar, 2021).

Takve kartice nije loše imati ako se često putuje, jer bilo gdje možete podići novac, u većini slučajeva bez naknade, što sa običnim karticama ne bi bio slučaj.

Addiko bank ima svoju virtualnu poslovnicu, u kojoj u bilo kojem trenutku možete dogovoriti virtualni sastanak, te sve uobičajene financijske usluge obaviti brzo i jednostavno bez potrebe za dolaskom u fizičku poslovnicu. (Addiko bank, 2021).

Važnost i primjena mobilnog bankarstva općenito rastu u odnosu na internetsko bankarstvo. Gotovo sve banke nude klijentima internetsko bankarstvo, a većina i mobilno bankarstvo, unatoč znatnim ulaganjima potrebnim za njegovo sigurno i pouzdano uvođenje. Dodatno je financijsko opterećenje obveza uspostave sigurnosnih mehanizama usklađenih sa Zakonom o platnom prometu te regulatornim tehničkim standardima za pouzdanu autentifikaciju klijenta i zajedničke i sigurne otvorene standarde komunikacije (HNB, 2021).

### **2.3. Elektronički novac kao ekvivalent za gotovinu**

Razvoj sektora informacijske i komunikacijske tehnologije u bankarskom je sustavu omogućio razvoj elektroničkog novca. Elektronički novac elektronička je zamjena (ekvivalent) gotovine, izdan u vrijednosti uplaćenog novca i pohranjen na elektronskom mediju (kartici) ili u kompjutorskom sustavu. Koristi se mobilnim telefonom ili preko Internet računa u svrhu izvršavanja platnih transakcija (Leko & Stojanović, 2018). Naš ga zakon definira kao elektronički pohranjenu novčanu vrijednost izdanu nakon primitka novčanih sredstva u svrhu izvršavanja platnih transakcija, koju prihvaćaju osobe koje nisu izdavatelj tog elektroničkog novca (Leko & Stojanović, 2018). Elektronički je novac potraživanje prema izdavatelju koje nastaje nakon što se u platnu karticu pohrani stvarni novac i tek onda služi za plaćanje. Plaćanja se izvršavaju do iznosa novčane vrijednosti pohranjene na kartici. Transakcija se ne izvršavaju terećenjem računa, već se za svako izvršeno plaćanje umanjuje novčana vrijednost pohranjena na kartici. Isto tako, na zahtjev imatelja elektroničkog novca, obvezan je odmah isplatiti vrijednost elektroničkog novca po nominalnoj vrijednosti (Leko & Stojanović, 2018).

Elektroničkim novcem ne smatra se novac pohranjen na instrumentima koji se mogu upotrebljavati za kupnju robe ili usluga samo u prostorima izdavatelja ili samo unutar ograničene mreže pružatelja usluga kao poklon kartice trgovina ili trgovinskih (Leko & Stojanović, 2018). Dakle, elektronički novac se odnosi na stvarno imanje sredstava za obavljanje transakcija no razlikuje se od tradicionalnog oblika po tome što on nije tiskan ili

kovan već je samo izražen brojčanom vrijednošću raspoloživih sredstava na našim računima. Bez obzira na to, jednako vrijedi i njime se može jednako koristiti kao i tradicionalnim oblikom plaćanja na mjestima koja podržavaju njegovu upotrebu.

#### **2.4. Sigurnost u elektroničkom poslovanju**

Veliki broj bezgotovinskih plaćanja provodi se putem neke vrste kartica poput: elektroničkih kartica, virtualne kartice, pametne kartice i kartice lojalnosti, digitalnih novčanika, mobilnih plaćanja, kartice s pohranjenom vrijednošću ili digitalnih valuta (Bezhovski, 2016). Upravo aspekt sigurnosti predstavlja jednu od osnovnih prednosti kartice nad nošenjem gotovine. Ona se održava u tome što je u slučaju krađe/gubitka, gotovina nepovratno izgubljena dok za karticu postoje prepreke neovlaštenom korištenju od strane treće osobe (verifikacija transakcije PINom ili potpisom, autorizacija transakcije). Dodatno u slučaju krađe/gubitka kartice s odgodom plaćanja, korisnik kartice odgovara samo do određenog iznosa za troškove nastale na dan krađe/gubitka kartice kod osiguravajućih kuća (Šimunec et al., 2006). Osnovom sigurnosti u elektroničkom bankarstvu smatra se elektronički potpis, jer se uobičajena upotreba korisničke identifikacije i lozinke koja se koristi za pristup mnogim internetskim stranicama ne smatra dovoljno sigurnom za Internet bankarstvo.

Prema preporukama i dobroj praksi u pogledu upravljanja osobnih podataka, sigurnost se odnosi na tehničke aspekte ovog upravljanja i zaštite. Zaštita korisničkih podataka od online prijave ne može se postići bez odgovarajuće sigurnosti. Ali, potrošači, tvrtke pa čak i službena zakonodavna tijela često te koncepte smatraju vrlo sličnima, ali se radi o dvije dimenzije konstrukta koji se zove SHPD: sigurnost u rukovanju privatnim podacima. Kupci, kako god oni vidjeli koncept, obično će se najviše brinuti o svojim podacima hoće li biti zaštićeni, radi li to sigurnost mjere ili politike tvrtke. Sigurnost se, odnosi na sposobnost, a tvrtke za zaštitu svojih potrošača na mreži i sprječavanju internetske prijave kroz sigurnosne mjere (Mandić, 2009). Zaštita uključuje i upravljačke i tehničke mjere: organizacijska ograničenja u pogledu toga tko može pristupiti podacima unutar organizacije i svrhu ovog pristupa.

Tehničke mjere uključuju elemente, kao što su enkripcija u rukovanju podacima, pohrana podataka uključena sigurne poslužitelje i korištenje lozinki. Sigurnost se postiže ako informacija dođe do osobe bez podataka koji se promatraju, mijenjaju ili uništavaju. To znači da su preneseni ili pohranjeni podaci ne mogu se mijenjati od strane trećih strana bez

dopuštenja; podatke mogu vidjeti samo ovlaštene osobe; a određene radnje mogu se poduzeti samo ako su odgovarajuće izvršena je autentifikacija. Kao i kod privatnosti, korisnici interneta obično su svjesni činjenica da tvrtka nikada ne može u potpunosti jamčiti sigurnost. Korisnici koji nisu stručni neće u potpunosti shvatiti opseg tehnoloških mjera na web stranici, ali hoće reagirati na uočenu snagu sigurnosti web stranice. Percipirana sigurnost odnosi se na potrošača uvjerenje da se njihovi osobni podaci, uključujući financijske pojedinosti, neće zloupotrijebiti. Iako ih još uvijek ima mnogo prijatnije na mreži, tehnologije e-sigurnosti imaju napredovati do razine na kojoj postoje sigurnosni proboji smanjen (Mandić, 2009).

Jedna od glavnih metoda e-sigurnosti uključuje tehnike koje uključuju identifikaciju korisnika. Autentifikacija obično slijedi dva koraka: osiguravanje i prijava ili korisnički ID; a zatim dokazivanjem autentičnosti davanjem lozinke. Ovaj proces u dva koraka je donekle slaba opcija, što je autentifikacija izvodi samo na jednom kraju - korisnikovom računalu - koji je osjetljiv na napade. Zabrinutost se može vidjeti zbog nedovoljne sigurnosti ovog procesa, izazvali su službena tijela, kao što je Savezno vijeće za ispitivanje financijskih institucija, koja pozivaju industrije, posebno bankarsku industriju, usvojiti poboljšane metode provjere autentičnosti. Ove metode mogu biti prijevara otkrivanje, sposobnost brzog oporavka transakcija način, tehnologije pametnih kartica, jednokratne lozinke ili USB dodaci, itd. Brojna poduzeća i banke usvojili su te nove prakse, ali ih još uvijek ima neke procese dvosmjerne provjere autentičnosti u e-trgovini (Mandić, 2009).

*„Veliki dio transakcija u današnjem svijetu provodi se bezgotovinski, pri čemu je najveći rast prisutan u mobilnim plaćanjima i korištenjima kriptovaluta (Bitcoin i slične).„*

(Mario Spremić, Digitalna transformacija poslovanja, 2017:46.)

Spremić također sugerira postepeni nestanak potrebe za novcem u obliku kakvog poznajemo. Štoviše, u nekim zemljama je udio transakcija gotovim novcem toliko malen da se ozbiljno razmatra ukidanje tog oblika plaćanja. Nadalje, gotov novac u suvremenim društvima se smatra troškom i nepraktičnim načinom plaćanja (Spremić, 2017).

U svojem djelu Digitalna transformacija poslovanja, Spremić je nadalje objasnio da su Bitcoin i tome slične valute, načini plaćanja budućnosti. Upotreba mobilnog bankarstva sve će se više povećavati što bi moglo dovesti i do formiranja globalne valute u digitalnom obliku (Spremić,

2017). Dakle, razvoj informacijskih i telekomunikacijskih tehnologija izravno utječe na razvoj društva i globalizacije, te je imao velik utjecaj na napredak internetskog bankarstva u relativno kratkom vremenskom razdoblju. Od pojave informacijske tehnologije, bankarstvo je napravilo veliki iskorak u svom poslu, ne samo u uslužnom, već i u cjelokupnom sustavu modernog bankarstva.

Novi svijet je povezan (umrežen), globalan i pun izazova. Terorizam, granice, mobilnost, pristup i raspoloživost – dnevno se povećava broj aktivnosti koji zahtjeva dokaz o identitetu. Na financijskom i bankarskom tržištu povjerenje je strateška vrijednost. Za sigurno poslovanje putem interneta neophodno je uspostaviti pozitivnu identifikaciju obiju strana – digitalni identitet.

U kartičnom poslovanju sigurnost je nešto niža nego u Internet bankarstvu. Krađa brojeva krtica na EFT POS uređajima ili kopiranje kartica potencijalna su opasnost kod svakog korištenja kartice (Šimunec et al., 2006).

Najsloženiji (i najsuvremeniji) sustav digitalnog identiteta je kod električkog potpisa i temelji se na infrastrukturi i tehnologiji javnih kriptografskih ključeva (PKI – Public Key Infrastructure). Internet bankarstvo za građane banke štite tokenom, a ono namijenjeno poslovnim korisnicima digitalnim certifikatima i smart karticama. Poneke banke korisnicima daju mogućnost odabira koje sigurno rješenje žele koristiti (Šimunec et al., 2006).

Više je razloga zbog čega se razlikuje sigurnosno rješenje primijenjeno za privatne korisnike od onog za poslovne korisnike (Šimunec et al., 2006):

1. Daleko manji broj transakcija;
2. Neusporedivo niža vrijednosti pojedinačnih transakcija;
3. Korištenje tokena je jednostavno – nema potrebe za instaliranjem nikakvog hardware-a ili software-a na strani korisnika što nije slučaj kod korištenja smart kartica;
4. Značajno niža incijalna investicija u slučaju korištenja tokena, kao i niža cijena korištenja uređaja

Internet je kanal koji zbog svoje otvorenosti zahtjeva vrlo visok stupanj sigurnosti. Uz sigurnost, najveći problem je privatnost i tajnost podataka. Banke su dužne implementirati sigurnosno rješenje koje osigurava nevinost o bančnim aplikacijama, transparentnost za korisnike, uz zadovoljavanje uvjeta visoke dostupnosti i mogućnosti proširenja.



Moderno bankarstvo i modernu upotrebu novca općenito karakterizira sve rjeđe korištenje fizičkog novca, korištenje kartica u funkciji plaćanja postala je svakodnevica za mnoge ljude u Hrvatskoj (Gregurek & Vidaković, 2011). Iz tog razloga kartično plaćanje u Hrvatskoj obrađeno je kao posebno poglavlje u nastavku teksta.

### **3. Kartično poslovanje u Hrvatskoj**

Brzi rast upotrebe bezgotovinskih instrumenata plaćanja, posebno debitnih i kreditnih kartica, postao je istaknuto obilježje modernih gospodarstava. Korištenje kartica za plaćanje moguće je jer banke omogućuju da klijenti upravljaju sredstvima koje imaju na svojim računima bilo gdje i bilo kada. Osim toga, banka nudi i opcije zaduživanja putem kartica. Model kartičnog plaćanja predstavlja skup funkcija, postupaka, pravila i uređaja koji vlasniku platne kartice omogućuju izvršavanje platne transakcije temeljem kartice i/ili podizanje gotovine. U Hrvatskoj se koriste dva modela kartičnog plaćanja: model s četiri dionika, tj. Četverostrana kartična shema i model s tri strane ili dionika, tj. Trostrana kartična shema (HNB, 2017). Obavljanje plaćanja pomoću kartice vrlo je čest proces u Hrvatskoj. Vjerojatno velik dio korisnika ne razmišlja o procesu iza samog plaćanja koje se na prvu čini izrazito jednostavno. Često se kombiniraju i mobilne aplikacije za Internet bankarstvo kako bi se u bilo kojem trenutku provjerila raspoloživost sredstava i prebacivala sredstva sa različitih računa nakon čega se plaćanje može obaviti jednostavnim dodiranjem kartice i uređaja bez upisivanja PIN-a, ili klasičnim provlačenjem/ umetanjem kartice u uređaj i potvrdom jedinstvenim PIN-om ili potpisom.

#### **3.1. Kartica i kartični brand**

*„Kartica je sredstvo plaćanja koje služi za bezgotovinsko plaćanje na pojedinim mjestima označenim određenim karticama brandom ili za podizanje gotovine na isplativim mjestima te bankomatima.“ (Šimunec et al., 2006:97)*

Hrvatska narodna banka (HNB) definira platnu karticu kao: „... platni instrument koji omogućuje njezinu imatelju izvršenje plaćanja robe i usluga bilo preko prihvatnog uređaja ili na daljinu, koji omogućuje podizanje gotovog novca i/ili korištenje drugih usluga na bankomatu ili drugom samoposlužnom uređaju” (HNB, 2019).

Nekoliko je strana u tom odnosu poput izdavatelja, vlasnika kartice i korisnika, stjecatelja kartice. Izdavatelj poznat kao licencirana financijska institucija koja izdaje platnu karticu i

odgovorna je za zahtjeve za autorizacijom. Kartice se razvijaju prema odobrenju banaka koristeći kriptografske ICC čipove i sigurnost PIN kodova. Domaćin izdavatelja djeluje kao računalni sustav koji može pristupiti bazi podataka računa vlasnika kartice i predstavlja izdavatelja tijekom autorizacije, obračuna i namire (Radu, 2003).

Kako je kartica umetnuta u uređaje poput bankomata ili POS terminala u trgovini, uspostavljena veza mrežom povezuje izdavačku i akvizicijske financijske institucije. Nakon potvrde identiteta između korisnika i podataka o bankovnom računu potvrđuju se načini plaćanja (Radu, 2003).

Osobine kartica su sljedeće (Gregurek & Vidaković, 2011):

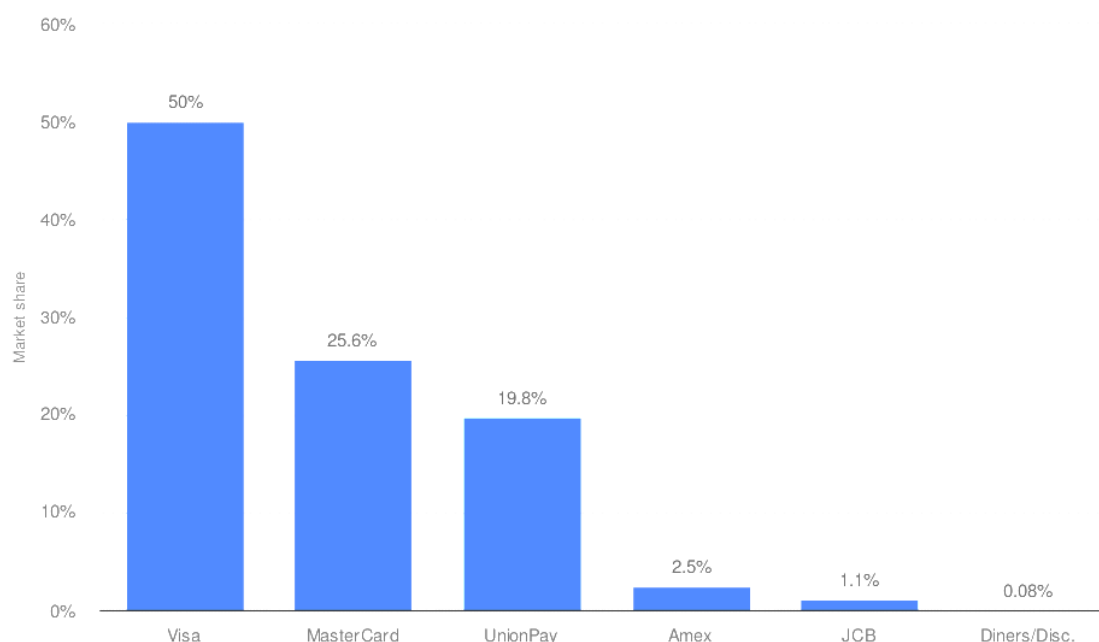
- Zamjenjuje gotov novac,
- Pružaju praktičan i siguran pristup sredstvima na računu
- Omogućuje kontrolu i pregled stanja računa u svakom trenutku,
- Pružaju mogućnost plaćanja i kada klijent nema dovoljno novaca,
- Pružaju mogućnost odgode plaćanja,
- Pružaju mogućnost plaćanja troškova u mjesečnim obrocima u postotcima ili ratama,
- Omogućuju odabir datuma otplate potrošenih svota,
- Omogućuje kupnju diljem svijeta, plaćanje putem Interneta, telefonske ili kataloške narudžbe, rezervacija hotela i avionskih karata putem Interneta, telefona, telefaksa i elektroničke pošte.

Praktičnost koju plaćanje karticom omogućava, uvelike je utjecalo na postizanje njihove popularnosti. Uz posjedovanje kartice i mobilnog bankarstva, korisnik gotovo da više i ne treba fizički dolaziti u banku. Omogućeno mu je samostalno upravljanje svojim sredstvima kojima može 24/7 pristupiti podizanjem za bankomata. S obzirom na ove okolnosti možemo slobodno reći kako je kartica jedan od bankarskih proizvoda koji je išao u potpunosti u korak s potrebama čovjeka, a u nekim situacijama ispred njegovih potreba (korištenje za isplatu gotovine na bankomatima) (Šimunec et al., 2006).

Marka kartice ili brand igraju izuzetno važnu ulogu u industriji kartičnog plaćanja, te omogućuju cjelokupnu obradu plaćanja i umrežavanje između izdavatelja i stjecatelja. Na sljedećem grafikonu prikazani su podaci o izdavateljima kreditnih kartica prema provedenom

broju transakcija u 2017. godini. Rezultati „*The Nilson report*“ publikacije iz 2018. pokazuju kako Visa uvjerljivo drži primat s 50% udjela u provedenim kartičnim transakcijama, dok su MasterCard i UnionPay također dvoznamenkasti sa svojim udjelima (Statista, 2018). Pritom, Visa i MasterCard ne grade vlastite mreže, već licenciraju upotrebu svoje marke trećim operaterima. American Express s druge strane izdaje i obrađuje svoje platne kartice (Gomzin, 2014).

**Grafički prikaz 1. Distribucija izdavatelja kreditnih kartica u cijelom svijetu 2017. godine, udio u kupovnim transakcijama**



Izvor: Statista, 2018.

Marke kartica osnovale su PCI SSC (industrija platnih kartica - vijeće za sigurnosne standarde) kako bi trgovci održavali sigurnosne standarde odnosno zaštitili osjetljive podatke vlasnika kartice na siguran način. Ovaj se sigurnosni standard naziva PCI DSS (industrija platnih kartica - standard sigurnosti podataka) (Radu, 2003).

Europay, MasterCard i Visa (EMV) novi su standard u evoluciji bankovnih kartica. EMV je pretvorio prethodne tipične kartice s magnetskim trakama u čip kartice tehnoloških uređaja. Prema statistikama više od 80 zemalja usvojilo je EMV i izdalo više od 1,5 milijardi kartica. U tehnološkom svijetu ništa nije sasvim sigurno, a načini prijevare i krivotvorenja povećavaju se iz dana u dan. Ljudi teže većoj sigurnosti i priželjkuju siguran način za obavljanje bankovnih transakcija.

EMV postavlja globalni standard za rad čip kartica, terminala za prodaju, bankomata i slično. EMV čip kartice sadrže ugrađene mikroprocesore koji pružaju jake sigurnosne značajke transakcija i druge mogućnosti primjene koje nisu moguće kod tradicionalnih kartica s magnetskim trakama. EMV tehnologija učinila je svakodnevni bankarski život ljudi sigurnijim, pouzdanijim i smanjila prijevare zbog krivotvorenih, izgubljenih i ukradenih kartica (Smart Card Alliance, 2013).

### **3.2. Vrste kartica**

Kartice se mogu podijeliti na debitne, kreditne i prepaid platne kartice. Prilikom obavljanja transakcije pomoću debitne kartice, račun osobe koja plaća se tereti odmah po nastanku troška. Korištenje prepaid kartice zahtijeva da se sredstva prethodno polože na račun. Kreditne kartice s druge strane omogućuju svojevrsni oblik odgođenog plaćanja (HNB, 2019). Prilikom otvaranja transakcijskog računa u odabranoj banci (tekući ili žiro račun) korisniku se izdaje debitna kartica te je to kartica koja se uglavnom koristi za podizanje gotovine i kupnju do dopuštenog iznosa, odnosno iznosa na računu i dopuštenog prekoračenja (HNB, 2019).

Upravo uvođenje debitnih kartica pokrenulo je pravu „malu kartičnu revoluciju“ i osiguralo rješavanje onih najosnovnijih klijentovih pitanja i potreba bez dolaska u samu poslovnicu matične banke. Do tada su se kartice prvenstveno koristile za plaćanje troškova na prodajnim mjestima uz određenu vremensku odgodu podmirenja troškova (charge i kreditne kartice), dok je uvođenje debitnih kartica te usporedno s tim masovno uvođenje bankomata osiguralo novu ulogu kartice – jedinstveno i transparentno poslovanje sa sredstvima s tekućeg računa. (Šimunec et al., 2006).

Kao najvažnija obilježja debitne kartice ističu se (Šimunec et al., 2006):

- Trenutna naplata s računa

- Manja vrijednost transakcije plaćanja na prodajnim mjestima,
- Veći broj korisnika kartice
- Kartica je vezana uz račun (tekući, poslovni i sl.),
- Veća je sigurnost transakcije budući da je verifikacija transakcija ovih kartica vezana uz PIN (za razliku od kartica uz odgodu plaćanja gdje je verifikacija transakcije vezana uz potpis), mada se i kreditne kartice danas ovjeravaju PIN-om
- Viši stupanj tehnologije (obvezan EFT POS terminal ili bankomat za korištenje istih ),
- Manji broj mjesta prihvata (debitne kartice su prvenstveno kartice koje se mogu koristiti na elektronskim kanalima prihvata kao što su EFT POS terminali ili bankomati).

Iduća vrsta kartica su kreditne kartice. Kreditna kartica definira se kao instrument bezgotovinskoga platnog prometa kojom se omogućuje podizanje gotovine sa bankomata, a najprepoznatljiva karakteristika joj je mogućnost kupnje robe i usluga sa odgodom plaćanja, odnosno na kredit. Kartice s odgodom podmirenja troškova osiguravaju odgodu troškova nastalih njihovim korištenjem mogu se podijeliti na:

- Charge kartice koje osiguravaju odgodu podmirenja troškova na jedno određeno kraće vremensko razdoblje (npr. mjesec dana);

Kreditne revolving kartice koje osiguravaju odgodu podmirenja troškova na duže vremensko razdoblje. Odgoda troškova se osigurava na način da se svi dospjeli troškovi u proteklom ciklusu otplaćuju prema određenim postotnom iznosu (obično minimalno 5% od ukupnih troškova u ciklusu ). Za iznos ostalih troškova koji nisu otplaćeni, korisniku kartice će se zaračunavati kamata sve do konačne otplate dospjelih troškova. Budući da se za otplaćene troškove, dodijeljeni kreditni limit kontinuirano odobrava i obnavlja, ove kartice se nazivaju i revolving kartice. Dodatno, kreditne revolving kartice se mogu otplaćivati prema unaprijed dogovorenim broju rata. U ovom slučaju se svi troškovi unutar određenog ciklusa dijele prema odobrenom broju rata i raspodjeljuju na buduće cikluse (Šimunec et al., 2006). Kao najvažnija obilježja kartice s odgodom plaćanja i kreditne kartice ističu se (Šimunec et al. 2006):

- Odgoda plaćanja,
- Veća vrijednost transakcije plaćanja na prodajnim mjestima,
- Manji broj korisnika kartice u odnosu na broj korisnika debitnih kartica,

- Limiti potrošnje ovise o kreditnoj sposobnosti klijenta,
- Manja sigurnost transakcije u odnosu na debitne kartice budući da je verifikacija transakcija ovih kartica vezana uz potpis,
- Dovoljan je niži stupanj tehnologije za korištenje, tj. Kartica se može koristiti i na mehaničkim uređajima (imprinter ili popularno „pegla ili zip – zap stroj,“) i na elektronskim kanalima prihvata,
- Veći broj mjesta prihvata.

Dodatno, kartice možemo dijeliti i prema segmentaciji (vrsta kartice može definirati i status odnosno segment pripadnosti korisnika kartice). Prema ovoj podjeli prepoznajemo (Šimunec et al., 2006):

- Standardne kartice su namijenjene najvećem broju klijenata, a imaju pridružene sve osnovne funkcionalnosti kartice uz mogućnost pridruživanja nekih dodatnih vrijednosti;
- Premium kartice su namijenjene najkvalitetnijim klijentima, a pored pridruženih osnovnih funkcionalnosti imaju pridružene neke druge vrijednosti ili funkcionalnosti (npr. veći limit korištenja, veći limit za podizanje gotovine, mogućnost dodatnih usluga/informacija, usluga hitne zamijene kartice u slučaju gubitka/krađe kartice, veće pokriće osiguravanja kod plaćanja kartica za troškove putovanja i sl.). Prepoznatljivost ovakvih kartica na tržištu je zasnovana na osnovne dvije boje koje osiguravaju prestiž, ekskluzivnost i image – zlatnu i platinastu. Upravo zbog ovih svojih boja ove kartice nazivamo i zlatne (gold cards) odnosno platinaste kartice (platinum);

U podjeli kartica prema segmentaciji treba spomenuti još dvije kategorije kartica koje su specifične u odnosu na ranije spomenute standardne, premium i poslovne kartice. Naime, kod ovih triju kategorija kartica, odnos korisnika kartice je prvenstveno vezan s bankom – izdavateljom kartica. Određene dodatne vrijednosti koje se mogu pridružiti svakoj od ovih kartica su prvenstveno temeljene na inicijativi banke – izdavateljom kartica koji nastoji podići kvalitetu i vrijednost same kartice, atraktivnost u odnosu na ostale konkurentske kartice, povećati korištenje kartice na određenom prodajnom mjestu (prodajnim mjestima) ili povećati korištenje kartice općenito (Šimunec et al. 2006).

Danas se bilježi trend sve većeg broja kartica koje se izdaju u poslovnoj suradnji između same banke – izdavatelja kartice i neke druge poslovne strane. Ova druga poslovna strana može biti poslovni subjekt koji ima svoju vlastitu mrežu prodajnih mjesta ili može biti neka udruga, asocijacija koja nastoji definirati određenu pripadnost i prepoznatljivost na tržištu. (Šimunec et al., 2006).

Zavisno od ove dvije opcije, a zavisno od određenih dodatnih vrijednosti koje se ovim karticama predstavljaju na tržištu razlikujemo (Šimunec et al., 2006):

- Co-branding kartice – koje se uvode kao način razvoja poslovne suradnje između financijske institucije koja izdaje kartice (npr. banke) i poslovnog subjekta koji prihvaća karticu ili koji donosi svoje klijente u program. Osnovna nit vodilja za ovaj program su dodatne vrijednosti koji korisnici kartica osiguravaju korištenjem ovog proizvoda, a koje se mogu odraziti u povoljnostima osiguranim od strane financijske institucije (povoljnije naknade, kamatne stope, i sl.) ili od strane poslovnog subjekta (određe lojalni sheme). Danas sve veću popularnost dobivaju i multibranding kartice koje predstavljaju jednu vrstu daljnje nadogradnje Co-branding kartice na način da u program ulaze više poslovnih subjekta obično međusobno nekonkurentnih jer dolaze iz različite djelatnosti.
- Affinity kartice – koje se uvode kao način razvoja poslovne suradnje između financijske institucije koja izdaje kartice i određenog društva, udruge, asocijacije. Osnovna nit vodilja za ovaj program su osjećaj pripadnosti koji korisnik kartice želi osigurati korištenjem ovakvog kartičnog proizvoda.

Zbog različitih polazišta za ove dvije opcije razvoja kartičnih proizvoda s vanjskim partnerima, kaže se da kako se co-branding program vodi valorizacijom koristi koje klijent dobiva („vodi se razumom“), dok se affinity program vodi valorizacijom vrijednosti i osjećaja koje klijent dobiva („vodi se srcem“) (Šimunec et al. 2006).

### **3.3. Razlozi raširenosti i popularnosti kartica**

HNB u svojoj publikaciji "Platne kartice i kartične transakcije - 2020.", navodi da je 2020. godine u Hrvatskoj bilo ukupno registrirano 8,78 milijuna platnih kartica, što je za 4,8 posto manje nego krajem 2019. godine (HNB, 2020). Nadalje, Valentić je u istraživanju kartičnog tržišta i platno-prometne infrastrukture u Republici Hrvatskoj za razdoblje 2014. – 2018.

zabilježila trend pada uporabe platnih kartica te ga pripisuje iseljavanju mladog stanovništva (Valentić, 2020). Prema ranije navedenoj publikaciji HNB-a, krajem 2019. godine zabilježeno je 3,45 milijuna potrošača imatelja platnih kartica, odnosno od ukupno 4,05 milijuna stanovnika njih 85 posto imalo je barem jednu platnu karticu. Njih više od 29 posto imalo je dvije platne kartice, a više od 17 posto tri (HNB, 2020).

Razloge velike popularnosti kartica moguće je promatrati s različitih aspekata. Sa stajališta korisnika kartice (klijenta banke) moguće je navesti brojne prednosti poput praktičnosti korištenja u odnosu na „nošenje gotovog novca“, olakšan transfer sredstava prema ili u zemljama drugog valutnog područja, mogućnost zaduživanja po karticama, olakšano praćenje nastalih troškova i slično.

Suprotno prednostima koje klijentima pružaju zadovoljstvo korištenjem kartičnog poslovanja, nužno je istaknuti i negativne strane plaćanja karticama, a to je ovisnost o postojanju i kvaliteti mreža (kad primjerice nema struje ili nastanu poteškoće u Internetskoj vezi u trgovini, željenu je robu nemoguće kupiti bez gotovog novca). Nadalje, zbog limita potrošnje i odgode podmirenja troškova po kartici, moguće je da se korisnici kartice „zaigraju“ svojom karticom pa u potpunosti iskoriste limite potrošnje, što u dužem roku nemogućnosti otplate svojih obveza može dovesti do proglašenja osobnog bankrota korisnika kartice.

Gledano sa stajališta prodajnog mjesta odnosno prihvatitelja kartice, kao glavna se prednost ističe smanjenje rizika zbog izbjegavanja manipulacije gotovim novcem te mogućnost povećanja prometa zbog prodaje na kredit (naročito ako se radi o prodajnim mjestima koja nude robu za koju je potrebno izdvojiti znatnija financijska sredstva).

Financijske institucije, odnosno, izdavatelji kartica pritom se zadovoljavaju sljedećim prednostima (Šimunec et al., 2006):

- Prihodi od članarine i upisnine,
- Kamate na odobreni kredit,
- Naknade za podizanje gotovine (kod pojedinih vrsta kartica)
- Te obrtaj novca.

Pored ovih osnovnih prednosti, izdavatelj kartice realizira svoje prednosti i kroz poboljšanje kvalitete usluge klijentima, smanjenje rizičnosti poslovanja te smanjenje troškova poslovanja.



Kartice su jednostavne za korištenje i vrlo siguran način plaćanja. Prvenstveno, ne zauzimaju puno mjesta, lagane su i danas ih je potrebno samo prisloniti na uređaj da bi plaćanje bilo izvršeno. Proces plaćanja se time može ubrzava jer se račun automatski tereti za točan iznos dugovanja pa korisnik ne mora ni razmišljati koliko novaca mora dati, a osoba koja naplaćuje ne mora provjeravati iznos ili vraćati ostatak. Ne može se dogoditi da „ponestane sitnog novca“ ili da je nemoguće vratiti koju lipu što je često slučaj u trgovinama. Također, ukoliko osoba izgubi novac u fizičkom obliku, taj novac je izgubljen vjerojatno zauvijek, a gubitkom kartice je novac i dalje na računu no potrebno je odmah reagirati ukoliko je korištenje kartice moguće bez PIN-a ili potpisa kako bi se ista blokirala.

U današnjem ubrzanom i digitaliziranom svijetu, a naročito za vrijeme pandemije, beskontaktno plaćanje je itekako prihvaćeno i podržano što je također razlog raširenosti takvog načina plaćanja. Mnogi prodajni i uslužni lokali koji dosad nisu, nastupom pandemije bolesti Covid 19 uspostavili su sustave za podršku kartičnog plaćanja kako bi ostali konkurentni na tržištu.

#### **4. Poslovanje banaka za vrijeme pandemije bolesti Covid-19 - primjer Erste banke**

Novi koronavirus (SARS—CoV-2) kod ljudi je prvi put zabilježen krajem 2019. godine najprije u Kini, nakon čega se proširio čitavom kuglom zemaljskom i uzrokovao globalnu pandemiju koja je promijenila svijet kakav smo dosad znali. U kontroli širenja virusa, nacionalne vlade priklonile su se sustavnoj provedbi mjera za prevenciju i suzbijanje širenja koja su se donekle pokazala učinkovitima u kontroli koronavirusa, međutim, iste su mjere uvelike utjecale na poslovanje širom zemlje, a isto tako i na navike potrošača. U takvim vremenima ekonomija se oslonila na mogućnosti koje pružaju tehnologija i Internet. Velik dio poslovanja odvijao se od kuće pomoću računala i popratnih alata te Internetske veze. Ljudima je bilo savjetovano, a i sami su tražili načine kako bi digitalizirali što je više moguće aspekata svojeg života u cilju izbjegavanja kontakata sa drugim ljudima. Uspostavljene su dostave kupovine osnovnih namirnica koje su se plaćale pouzecom ili putem internetskog bankarstva te su općenito internetska trgovina i internetska plaćanja naglo porasli tokom i zbog pandemije.

Novac u fizičkom obliku od davnina je poznat po prenošenju bakterija i čestica s obzirom da putuje preko ruku mnogih ljudi. Shodno tome, nadležna tijela savjetovala su plaćanje karticama, a posebice korištenje beskontaktnog plaćanja. Iz tog razloga kartično plaćanje doživjelo je svoj procvat. Kartica je postala glavni alat za obavljanje kupovine i za mnoge je bila neizbježna u to vrijeme. Nadalje, kako bi održavale svoju djelatnost, banke su trebale osmisliti plan prilagodbe u vremenima kad se preporuča izbjegavati takva mjesta osim u slučaju nužnosti. Osim ugradnje zaštitnih pomagala u poslovnica, većina banaka proširila je mogućosti već postojećih platformi za obavljanje online bankarstva.

Visa i Mastercard karticama Erste Card Cluba već sada – na prodajnim mjestima koja podržavaju nove limite – može se beskontaktno plaćati iznose do 250 kuna bez unosa PIN-a. Uz dopuštenje HNB-a, istu su politiku primijenile i ostale banke u Hrvatskoj, omogućivši tako svojim klijentima plaćanje na prodajnim mjestima uz minimalne kontakte. Limit za beskontaktno plaćanje Diners Club karticama i dalje ostaje 100 kuna bez unosa PIN-a. Osim toga, Erste banka je mnoge napore i resurse uložila u informiranje i edukaciju svojih klijenata, sa željom da se zna da su kao banka poduzeli sve odgovarajuće preventivne mjere kako bi osigurali nesmetani nastavak poslovnih aktivnosti i dostupnost usluga u trenutačnim okolnostima. U skladu s tim, omogućuju prihvaćanje platnih transakcija te izvršavaju sve ugovorene financijske i operativne obveze prema svojim poslovnim partnerima. To znači da se prihvati svih kartica na njihovim POS terminalima odvija neometano (ERSTE, 2021). Reakcije banaka da treba ograničiti i izbjegavati bliski fizički kontakt u prvom su redu

usmjerene na povećanje korištenja digitalnih kanala (mobilno i internetsko bankarstvo i bankomati) te usmjeravanje udaljenog rada. Te izmjene upućuju da će se dosadašnje digitalizacijske inicijative dodatno ubrzati i znatno proširiti (HNB, 2021a).

## 5. Empirijsko istraživanje

Cilj ovog poglavlja je empirijski ispitati reakcije klijenta na e-transakcije odnosno da li u vrijeme pandemije bolesti Covid-19 pojedinci preferiraju novac u papirnatom obliku ili prevladava korištenje kartica.

### 5.1. Metodološki okvir

Za vrijeme pandemije je bilo preporučeno da se gotov novac ne koristi zbog opasnosti od prenošenja virusa, stoga su banke podigle limit za beskontaktno plaćanje karticama kako bi se svi zajedno mogli više zaštititi. Istraživanje je provedeno primijenjujući metodu prikupljanja primarnih podataka uz anketno istraživanje. Ispitanici su sudjelovali u istraživanju putem web upitnika koji je bio objavljen na *Facebook* stranici „Ona bez cenzure“, te se dijelila na aplikacijama *WhatsAap* i *Viber*. Podaci su prikupljeni u periodu od 01. do 31. kolovoza 2020. na uzorku od 180 pojedinaca uz primjenu anketnog upitnika kreiranog pomoću stranice Google Obrasci. Istraživanje je provedeno anonimno, a podaci su obrađeni zbirno i nisu namijenjeni upotrebi u komercijalne svrhe. U ispitivanju su bili zastupljeni ispitanici oba spola, kao i ispitanici različite dobi i stupnja obrazovanja. Poziv za sudjelovanje u anketi sadržavalo je zamolbu za ispunjenje ankete, objašnjenje o kakvoj se anketi radi te link za upitnik. Anketni upitnik sastojao se od 14 pitanja čije ispunjenje je trajalo otprilike oko 3 minute.

Sam upitnik sastojao se od dva dijela. Prvi je dio upitnika bio usmjeren na otkrivanje demografskih obilježja ispitanika kao što su spol, dob, stupanj obrazovanja, radni odnos i prihod, a drugi dio upitnika bio je usmjeren na ispitivanje stajališta prema digitalnom plaćanju za vrijeme pandemije bolesti COVID-19 (izvorni upitnik nalazi se u privitku rada). Likertova ljestvica kojom su se procjenjivala stajališta potrošača u ovom se slučaju sastojala od pet stupnjeva prema kojima su ispitanici imali mogućnost odrediti svoje slaganje s tvrdnjom ocjenom od 1 do 5 (pritom su ocjene obilježavale sljedeći stupanj slaganja: 1 - izrazito se ne slažem, 2 - ne slažem se, 3 - niti se slažem niti se ne slažem, 4 - slažem se i 5 - izrazito se slažem). Prikupljeni podaci obrađeni su aplikacijom Google Obrasci, a u obradi su primijenjene odgovarajuće statističke metode obrade podataka.

### 5.2. Hipoteze istraživanja

U skladu s ciljem i svrhom ovog završnog rada, postavljene su sljedeće istraživačke hipoteze:

H1- potrošači su zbog pandemije više koristili kartično plaćanje nego prije pandemije

H2- potrošači više preferiraju e-plaćanje prilikom svakodnevnih transakcije

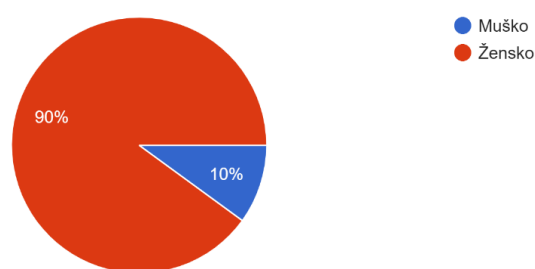
H3- potrošači koji koriste e-plaćanje za račune ili trajne naloge putem Internet bankarstva su uglavnom mlađi ispitanici

### 5.3. Opis uzorka

Za potrebe istraživanja odabran je namjerni prigodni uzorak od 180 ispitanika. Poznato je da namjerni uzorci ne slijede teoriju vjerojatnosti u izboru jedinica iz populacije zbog čega nisu u potpunosti reprezentativni za populaciju, međutim ovaj pristup ima određene prednosti poput niskih troškova provođenja istraživanja i jednostavnosti dosrtupa uzorka, zbog čega je i korišten u provedbi istraživanja ovog završnog rada (Verčić et al., 2013).

Grafički prikaz 2. prikazuje udio ženskih i muških ispitanika koji su sudjelovali u istraživanju. Od ukupno 180 ispitanika, najviše je sudjelovalo ženskih ispitanica i to 90%, odnosno 162 žene, dok je muških ispitanika sudjelovalo 10%, odnosno 18 muškarac.

#### Grafički prikaz 2. Spolna struktura

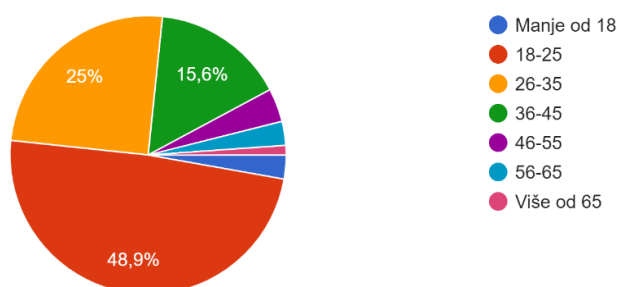


Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 3. prikazuje zastupljenost pojedinih dobnih skupina ispitanika. Najviše je zastupljena dobna skupina između 18-25 godina, odnosno njih 88 što čini 48,9%. Zatim slijedi dobna skupina od 26-35 godina, njih 45, odnosno 25%. Vrlo blizu navedenoj skupini je i skupina od 36-45 godina, 28 ispitanika, što čini 15,6 %. Dobnoj skupini od 46-55 godina

pripada 7 ispitanika, što je 3,9%. 5 ispitanik pripada skupini od 56-65 godine, što je 2,8%. Najmanje ispitanika je u dobnim skupinama ispod 18 godina i iznad 65, odnosno manje od 18 godina izjasnilo se da ima 5 ispitanika što čini 2,80%, dok više od 65 godina ima samo 2, odnosno 1,1%.

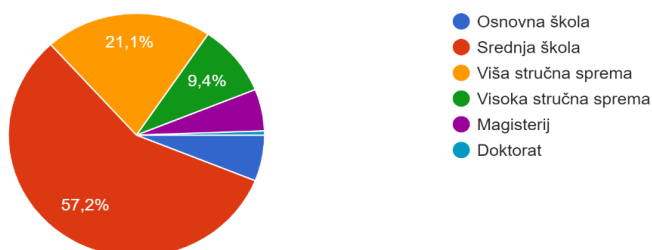
### Grafički prikaz 3. Dobna skupina



Izvor: Vlastita obrada autorice

Na četvrtom grafičkom prikazu prikazan je stupanj obrazovanja ispitanika iz čega proizlazi da je više od polovice ispitanika završilo srednju školu, odnosno njih 103, što čini 57,2%. Višu stručnu spremu završila je 38 ispitanika osoba, odnosno 21,1%, visoku stručnu spremu njih 17, odnosno 9,4%. Ispitanici koji su se izjasnili da su završili samo osnovnu školu čine 6,1%, što je 11 ispitanika te ispitanici koji su završili magisterij čine 5,6%, odnosno 10 ispitanika. Najmanje ispitanika ima završen doktorat, samo jedan ispitanik, odnosno 0,6%.

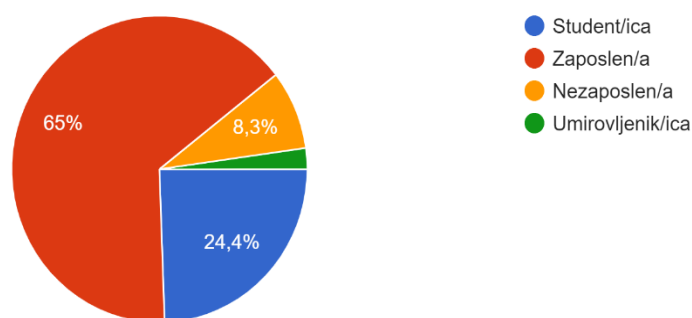
### Grafički prikaz 4. Završen stupanj obrazovanja



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 5. prikazuje status zaposlenja ispitanika. Iz priloženoga se vidi da je najviše ispitanika zaposleno, njih 65% (117 ispitanika), nakon čega slijede studenti 24,4% (44 ispitanika), nezaposleni 8,3% (15 ispitanika) te najmanje ima ispitanih umirovljenika, 2,2% (4 ispitanika).

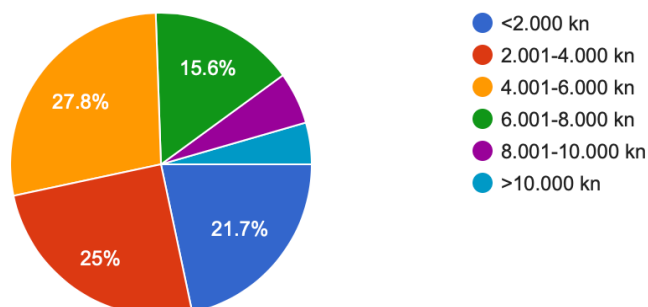
### Grafički prikaz 5. Trenutni status zaposlenja ispitanika



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 6. prikazuje mjesečna primanja ispitanika. Na grafikonu se vidi da najviše ispitanika (njih 50) ima mjesečna primanja u skupini od 4.001 do 6.000 kn, što čini 27,8%. Slijede ispitanici u skupini od 2.001 do 4.000 kuna, čak njih 45, odnosno 25%. Ispitanici s primanjima manjim od 2.000 kuna koji čine 21,7%, odnosno njih 39. Ispitanici koji su naveli da imaju primanja od 6.001 do 8.000 kuna čine 15,6%, odnosno takvih je ispitanika 28, a 10 ispitanika navelo je da ima primanja od 8.001 do 10.000 kuna. Najmanje ispitanika ima u skupini većoj od 10.001 kuna, samo njih 8, što čini 4,4%.

## Grafički prikaz 6. Struktura mjesečnih primanja ispitanika

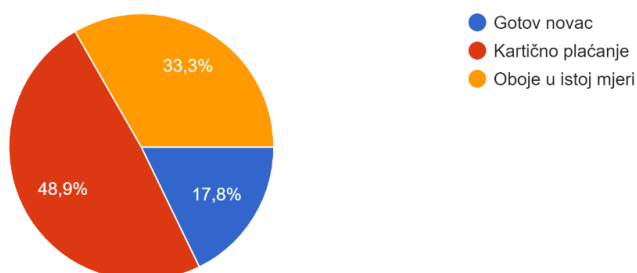


Izvor: Vlastita obrada autorice

### 5.4. Rezultati istraživanja

Nakon pet općenitih pitanja ispitanicima su bila postavljena pitanja u vezi s gotovim novcem i kartičnim plaćanjem prilikom kupnje tijekom pandemije. Tako je na sljedećem grafičkom prikazu pitanje jesu li skloniji držanjem gotovog novca „u novčaniku“ ili kartičnom plaćanju. Mogući su odgovori bili „Gotov novac“, „Kartično plaćanje“ ili „Oboje u istoj mjeri“. Od 180 ispitanika, njih 88 je odgovorilo „Kartično plaćanje“, zatim njih 60 ispitanika je reklo da koriste „Oboje u istoj mjeri“, što čini čak 33.3%, dok je 32 ispitanika odgovorilo „Gotov novac“, odnosno 17,8%.

## Grafički prikaz 7. Držite li gotov novac „u novčaniku“ ili ste skloniji kartičnom plaćanju?

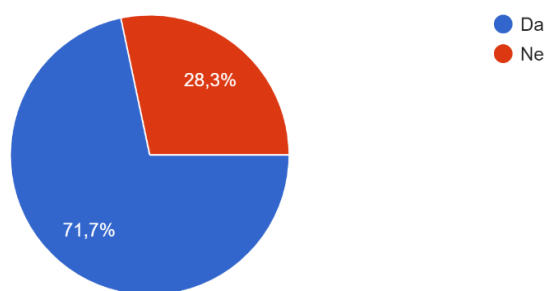


Izvor: Vlastita obrada autorice



Grafički prikaz 8. prikazuje odgovore na pitanje jesu li tijekom pandemije bolesti COVID-19 više koristili kartično plaćanje u svakodnevnim transakcijama (u odnosu na gotovinu). 121 ispitanika je odgovorilo sa „Da“, odnosno 71,7%. Njih samo 51 je odgovorilo sa „Ne“, odnosno 28,3%.

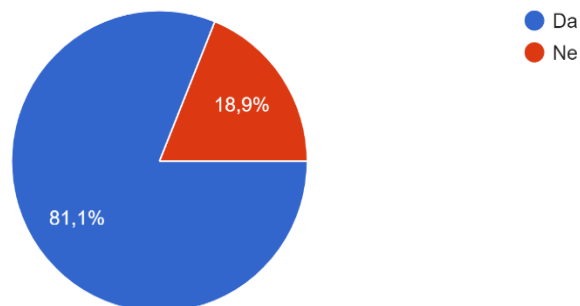
**Grafički prikaz 8. Jeste li tijekom pandemije bolesti COVID-19 više koristili kartično plaćanje u svakodnevnim transakcijama (u odnosu na gotovinu)?**



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 9. prikazuje odgovore na pitanje smatraju li da je kartično poslovanje sigurno. Najviše ispitanika, njih 146 (81,1%), izjasnilo se da je kartično poslovanje sigurno. Njih samo 34 se izjasnilo da misle da nije sigurno, što čini 18,9%.

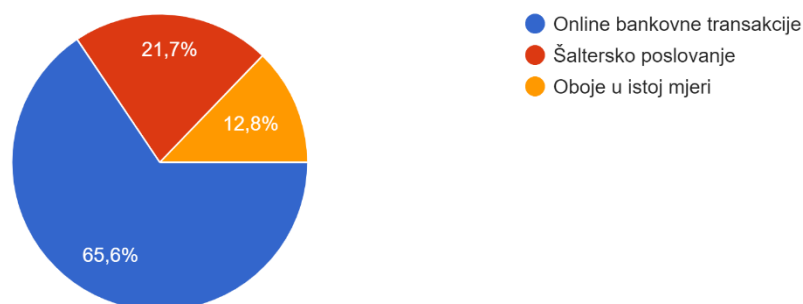
**Grafički prikaz 9. Smatrate li da je kartično poslovanje sigurno?**



Izvor: Vlastita obrada autorice

Sljedeći grafički prikaz prikazuje odgovor na pitanje plaćaju li mjesečne račune online, ili su još skloni obavljanju sličnih transakcija putem šalterskog poslovanja. Njih je više od polovice, odnosno 118 ispitanika odgovorilo da obavljaju online bankovne transakcije, što čini 65,6%. Da još uvijek koriste šaltersko poslovanje, izjasnilo se 39 ispitanika, odnosno 21,7%, dok 23 ispitanika, odnosno 12,8% koristi oboje u istoj mjeri.

#### **Grafički prikaz 10. Plaćate li mjesečne račune i druge obveze putem online bankovnih transakcija ili putem šalterskog poslovanje?**

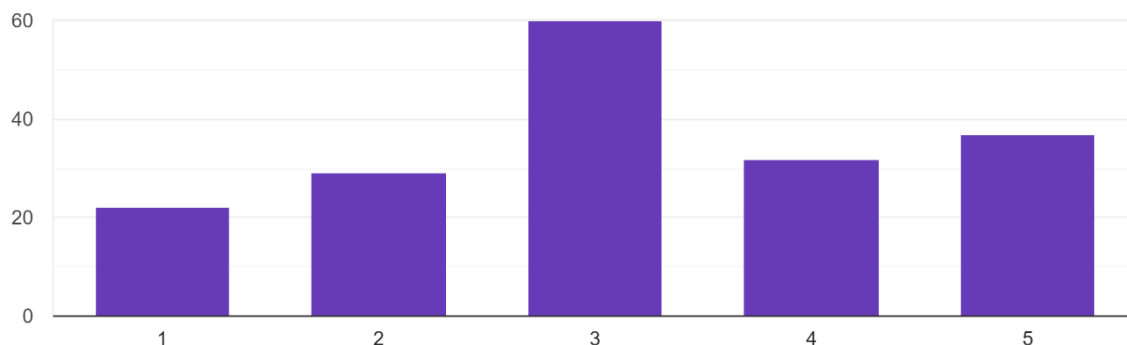


Izvor: Vlastita obrada autorice

Na sljedećim grafičkim prikazima ćemo evaluirati stajališta ispitanika kroz stupanj slaganja ili neslaganja s tvrdnjama o korištenju e-bankarstva u doba pandemije bolesti COVID-19. Pritom ocjena 1 znači izrazito se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – slažem se, a 5 znači izrazito se slažem.

Grafički prikaz 11. prikazuje stupanj slaganja ili ne slaganja s tvrdnjom da odlazak u banku ili druge institucije predstavlja osobni rizik ili rizik za njihove bližnje. Njih čak 60 ispitanika su rekli da „Niti se slažem niti se ne slažem“, odnosno 33,3%, zatim slijedi njih 37 koji kažu da se „Izrazito slažu“, što čini 20,6%. 32 ispitanika se izjasnilo da „se slaže“ s tvrdnjom, odnosno njih 17,8%. U nešto manjoj mjeri se „ne slažu“ s tvrdnjom (29 ispitanika), što čini 16,1%, te slijedi njih 22 ispitanika koji kažu da se „izrazito ne slažu“, odnosno njih 12,2%.

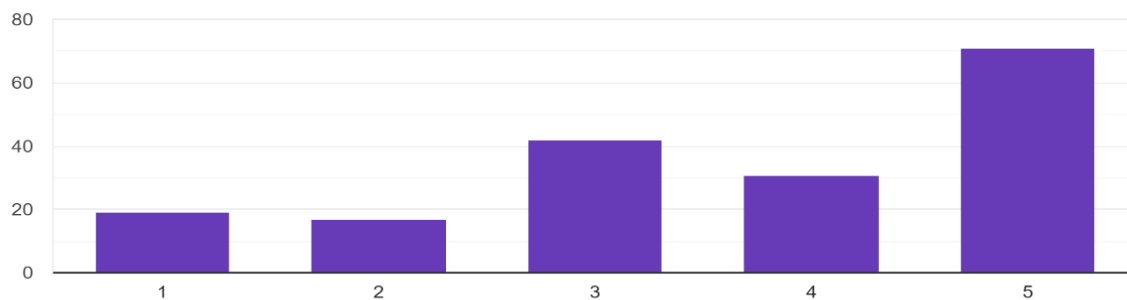
**Grafički prikaz 11. Smatram da odlazak u banku i druge institucije u kojima mogu obavljati transakcije poput plaćanje računa i sl. predstavlja rizik za mene i moju obitelj**



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 12. prikazuje jesu li ispitanici zbog pandemije bolesti COVID-19 skloniji beskontaktnom plaćanju. Njih 71 kažu da se „Izrazito slažu“, što čini 39,4%, zatim slijedi njih čak 42 ispitanika su rekli da „Niti se slažem niti se ne slažem“, odnosno 23,3%. 31 ispitanika se izjasnilo da „Se slažu“ da tvrdnjom, odnosno njih 17,2%. Zatim slijede koji se „izrazito ne slažu“ sa tvrdnjom, njih 19, što čini 10,6%, te slijedi njih 17 ispitanika koji kažu da se „Ne slažu“, odnosno njih 9,4%.

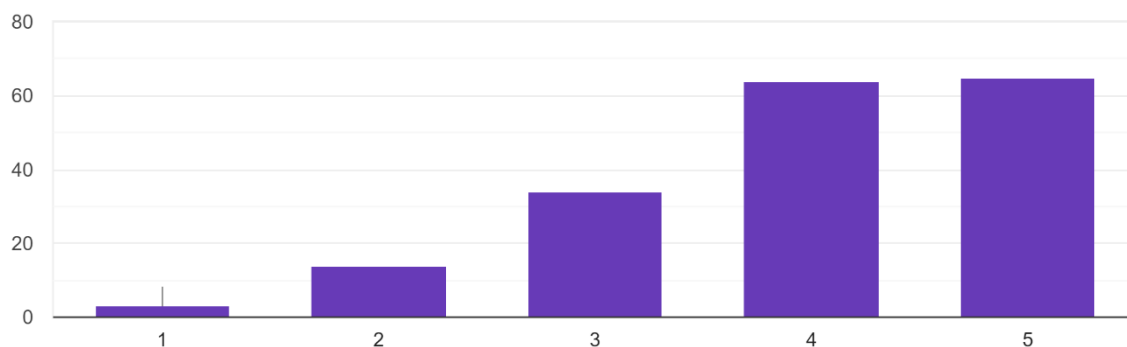
**Grafički prikaz 12. Zbog pandemije bolesti COVID-19 više sam sklon/a beskontaktnom plaćanju i e-bankarstvu**



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 13. prikazuje informatičku pismenost važnu za korištenje e-bankarstva. Njih 65 koji kažu da se „Izrazito slažu“, što čini 36,1%, zatim slijedi njih čak 64 ispitanika su rekli da „Slažu se“, odnosno 35,6%. 31 ispitanika se izjasnilo da „Niti se slažu niti se ne slažu“ sa tvrdnjom, odnosno njih 18,9%. Zatim slijede koji se „Ne slažu“ sa tvrdnjom, njih 14, što čini 7,8%, te slijedi njih 3 ispitanika koji kažu da se „Izrazito se ne slažu“, odnosno njih 1,7%.

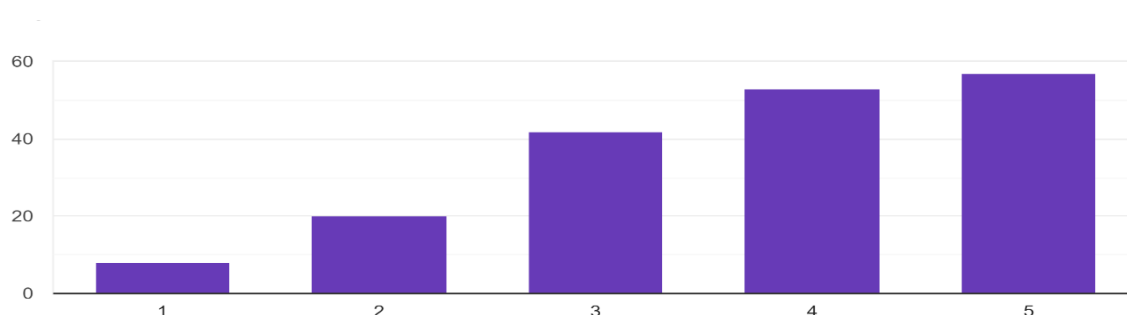
### Grafički prikaz 13. Informatička pismenost važna je za korištenje e-bankarstva



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 14. prikazuje prilagodbu ljudi na e-bankarstvo. Njih 57 kažu da se „Izrazito slažu“, što čini 31,7%, zatim slijedi njih čak 53 ispitanika su rekli da „Slažu se“, odnosno 29,4%. 42 ispitanika se izjasnilo da „Niti se slažu niti se ne slažu“ sa tvrdnjom, odnosno njih 23,3%. Zatim slijede koji se „Ne slažu“ sa tvrdnjom, njih 20, što čini 11,1%, te slijedi njih 8 ispitanika koji kažu da se „Izrazito se ne slažu“, odnosno njih 4,4%.

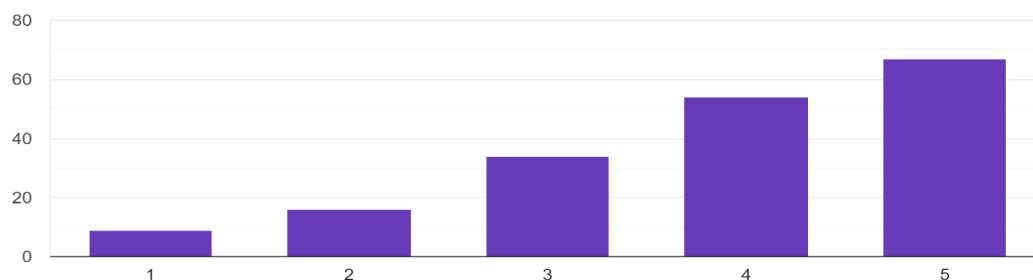
### Grafički prikaz 14. Članovi moje obitelji, prijatelji i druge osobe iz moje okoline dobro su se prilagodili e-bankarstvu i kartičnom poslovanju



Izvor: Vlastita obrada autorice

Grafički prikaz 15. prikazuje da je kartično poslovanje potisnulo gotov novac iz uporabe. Njih 67 kažu da se „Izrazito slažu“, što čini 37,2%, zatim slijedi njih čak 54 ispitanika su rekli da „Slažu se“, odnosno 30%. 34 ispitanika se izjasnilo da „Niti se slažu niti se ne slažu“ sa tvrdnjom, odnosno njih 18,9%. Zatim slijede koji se „Ne slažu“ sa tvrdnjom, njih 16, što čini 8,9%, te slijedi njih 9 ispitanika koji kažu da se „Izrazito se ne slažu“, odnosno njih 5%

### Grafički prikaz 15. Smatram da su kartične transakcije i e-bankarstvo u velikoj mjeri potisnule gotov novac iz uporabe



Izvor: Vlastita obrada autorice

## 6. Zaključak

Cilj ovog istraživanja bio je istražiti kako su globalna kretanja izazvana pandemijom COVID-19 utjecala na stajališta prema kartičnim transakcijama i korištenju e-bankarstva u Republici Hrvatskoj, odnosno kako klijenti reagiraju na e-transakcije te da li više preferiraju novac u papirnatom obliku ili prevlada korištenje kartica. U uzorku su većinom sudjelovale žene pa postoji mogućnost da su rezultati istraživanja i zaključci proizašli iz istog primjenjivi uglavnom na ženski spol. Nadalje, u istraživanju je najzastupljenija dob ispitanika od 18-45 godina, što, kako je ranije rečeno u radu odražava dob informatičko pismenih stanovnika RH.

Istraživanje je pokazalo da gotovo pola ispitanika (48.9%) za plaćanje koristi kartice, jedna trećina (33,3%) podjednako koristi karticu i gotovinu, a samo njih 17,8% koristi isključivo gotovinu. Takav rezultat je logičan s obzirom da dob ispitanika te je istraživanje ovim dijelom potvrdilo teorijske pretpostavke o velikoj raširenosti upotrebe kartičnog plaćanja u Hrvatskoj. Također, 71,1% potvrdilo je da je tijekom pandemije više koristilo kartično plaćanje u odnosu na prije pandemije što potvrđuje prvu hipotezu istraživanja.

Većina ispitanika (81,1%) ima povjerenje u korištenje kartičnog plaćanja i e-bankarstva te smatra da je ono sigurno. Na to se nadovezuje i rezultat istraživanja koji pokazuje da 65,8% ispitanika svoje računa i obveze plaća isključivo pomoću e-bankarstva, tom postotku se može dodati i dio onih koji kombiniraju e-bankarstvo sa šalterskim plaćanjem, odnosno njih 12,85%. Ovakav rezultat potvrđuje istinitost i druge postavljene hipoteze.

Kada su ispitivani o percepciji rizika odlaska u banku za zdravlje njih sami i njihovih obitelji, ispitanici nisu izrazili preveliki strah. Iz tog razloga može se zaključiti da korisnici nisu povećali korištenje e-bankarstva zbog zaštite zdravlja kao najvažnijeg razloga. Može se pretpostaviti da su mjere zaštite poput nošenja maski, rukavica, dezinfekcije ruku i ograničenog broja korisnika u poslovnici bila također veliki faktor u izbjegavanju posjeta fizičkih poslovnica. Ova pretpostavka je formirana iz razloga što je većina ispitanika izjasnila da zbog pandemije više koristi e-bankarstvo, no kako je ranije rečeno, to nije zbog straha od zaraze.

Nadalje, ispitanici smatraju da je informatička pismenost izuzetno važna za korištenje e-bankarstva, te da su se njihovi prijatelji i obitelji izvrsno prilagodili tom načinu plaćanja. Ispitanici također pretežito smatraju da će takav način obavljanja bankarskih usluga, istisnuti fizički novac iz uporabe. Kako bi se testirala posljednja hipoteza potrebno se osvrnuti na čitavo istraživanje, a posebice na demografske pokazatelje. 48,9% ispitanika je dobi od 18-25 godina, slijedi ih dob od 26-35 godina kojih je u ovom istraživanju sudjelovalo 25%. Za potrebe ovog

istraživanje te dvije skupine se zajednički smatraju mlađom populacijom. Zajednički čine 73,9% ispitanika što potvrđuje i posljednju hipotezu.

Zaključno, istraživanje je autorice u sklopu ovog završnog rada potvrdilo da su hrvatski potrošači povećali korištenje kartičnih transakcija i plaćanja u odnosu na razdoblje prije pandemije te najviše koriste e-plaćanje za svakodnevne transakcije. Također, potvrđeno je da potrošači koji koriste e-plaćanje za račune i trajne naloge putem Internet bankarstva uglavnom pripadaju mlađem segmentu populacije.

## POPIS LITERATURE

- 1) Bezhovski, Z. (2016.), The Future of the Mobile Payment as Electronic Payment System, European Journal of Business and Management, 8(8), 128.-129. str.
- 2) Erste Card Club (2021) <https://www.erstecardclub.hr/hr/covid-19> [pristupljeno 10. rujna 2021]
- 3) Gomzin, S. (2014) Hacking Point of Sale: Payment Application Secrets, Threats, and Solutions. Dostupno na <https://www.safaribooksonline.com/>, [pristupljeno 10. rujna 2021].
- 4) Gregurek, M. & Vidaković, N. (2011) Bankarsko poslovanje, RRIF. Zagreb.
- 5) Hrvatska narodna banka (2017) Payment Cards and Card Transactions. Preuzeto sa: [https://www.hnb.hr/documents/20182/2003108/e-pkkt\\_2016.pdf/876369d2-ce96-4a04-add6-6d403b3504c5](https://www.hnb.hr/documents/20182/2003108/e-pkkt_2016.pdf/876369d2-ce96-4a04-add6-6d403b3504c5) [pristupljeno 10. rujna 2021]
- 6) Hrvatska narodna banka (2019) Platne kartice najčešće su korišteni instrument bezgotovinskog plaćanja. <https://www.hnb.hr/-/platne-kartice> [pristupljeno 10. rujna 2021]
- 7) Hrvatska narodna banka (2020) Platne kartice i kartične transakcije, Preuzeto sa: <https://www.hnb.hr/documents/20182/3963287/h-pkkt-2020.pdf/579fbf91-1b77-6bca-89e9-ac648d3734c5> [pristupljeno 10. rujna 2021]
- 8) Hrvatska narodna banka (2021) - Digitalizacija – rezultati ankete hrvatskih banaka u 2019., ([https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/povremene-publikacije/html/-/asset\\_publisher/ifyaTaizWMhG/content/p-048-1](https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/povremene-publikacije/html/-/asset_publisher/ifyaTaizWMhG/content/p-048-1), pristupljeno 6.10.2021.)
- 9) Leko, V. & Stojanović, A. (2018) Financijske institucije i tržišta, Sveučilište u Zagrebu. Zagreb.
- 10) Mandić, M. (2009). Privacy and security in e-commerce. Market-Tržište, 21 (2), 247-260. Preuzeto s <https://hrcak.srce.hr/53126>
- 11) Moj Bankar (2021) <https://www.moj-bankar.hr/Vijesti/Digitalne-banke-revolut-transferwise-n26-i-drugi-u-2020>, pristupljeno 13.10.2021.)
- 12) Radu, C. (2003) Implementing Electronic Card Payment Systems, Artech House, USA



- 13) Secure Tech Alliance. (2021) <https://www.securetechalliance.org/> [pristupljeno 10. rujna 2021]
- 14) Spremić, M. (2017) Digitalna transformacija poslovanja. Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski Fakultet.
- 15) Statista (2021). Distribution of credit card issuers worldwide 2017, by purchase transactions, published by Raynor de Best, Jan 27, 2021. (<https://www.statista.com/statistics/278970/share-of-purchase-transactions-on-global-credit-cards/> - pristupljeno 13. listopada 2021.)
- 16) Šimunec, N., Idžojić, I., Crnić, I., Marvić, M., Zuber, M., Potkonjak, M., Jakšić, Ž., Bittner, N., Matic, H., Stulić, N., Milinović, A., Baković, I., Škrgić, S., Došen, S. & Butković, J. (2006) Plaćanje i osiguranje plaćanja u zemlji, RRIF. Zagreb.
- 17) Tkalac Verčić, A., Sinčić Ćorić, D. & Pološki Vokić, N. (2013) Priručnik za metodologiju istraživačkog rada u društvenim istraživanjima. M.E.P. d.o.o., Zagreb.
- 18) Valentić, T. (2020) *Kartično poslovanje*. Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku.
- 19) Zekić-Sušac, M. & Kapetanović, A. (2013). ICT u bankarstvu. [[http://www.efos.unios.hr/ict-u-bankarstvu/wp-content/uploads/sites/241/2013/04/pogl10\\_Stanje\\_e-bankarstva\\_u\\_Hr.pdf](http://www.efos.unios.hr/ict-u-bankarstvu/wp-content/uploads/sites/241/2013/04/pogl10_Stanje_e-bankarstva_u_Hr.pdf) - pristupljeno 10. listopada 2021]

## POPIS GRAFIČKIH PRIKAZA

Grafički prikaz 1. [Distribucija izdavatelja kreditnih kartica u cijelom svijetu 2017. godine, udio u kupovnim transakcijama](#)

Grafički prikaz 2. [Spolna struktura](#)

Grafički prikaz 3. [Dobna struktura](#)

Grafički prikaz 4. [Završen stupanj obrazovanja](#)

Grafički prikaz 5. [Trenutni status zaposlenja ispitanika](#)

Grafički prikaz 6. [Struktura mjesečnih primanja ispitanika](#)

Grafički prikaz 7. [Držite li gotov novac „u novčaniku“ ili ste skloniji kartičnom plaćanju?](#)

Grafički prikaz 8. [Jeste li tijekom pandemije bolesti COVID-19 više koristili kartično plaćanje u svakodnevnim transakcijama \(u odnosu na gotovinu\)?](#)

Grafički prikaz 9. [Smatrate li da je kartično poslovanje sigurno?](#)

Grafički prikaz 10. [Plaćate li mjesečne račune i druge obveze putem online bankovnih transakcija ili putem šalterskog poslovanje?](#)

Grafički prikaz 11. [Smatram da odlazak u banku i druge institucije u kojima mogu obavljati transakcije poput plaćanje računa i sl. predstavlja rizik za mene i moju obitelj](#)

Grafički prikaz 12. [Zbog pandemije bolesti COVID-19 više sam sklon/a beskontaktnom plaćanju i e-bankarstvu](#)

Grafički prikaz 13. [Informatička pismenost važna je za korištenje e-bankarstva](#)

Grafički prikaz 14. [Članovi moje obitelji, prijatelji i druge osobe iz moje okoline dobro su se prilagodili e-bankarstvu i kartičnom poslovanju](#)

Grafički prikaz 15. [Smatram da su kartične transakcije i e-bankarstvo u velikoj mjeri potisnule gotov novac iz uporabe](#)

## ANKETNI UPITNIK

# E-bankarstvo tijekom pandemije bolesti COVID-19

Poštovani,

Ijubazno Vas molim da izdvojite nekoliko minuta Vašeg vremena i ispunite ovaj anketni upitnik.

Anketiranje se provodi za potrebe pisanja završnog rada studentice Petre Kajtazi, s ciljem istraživanja stavova potrošača u odnosu na kartično plaćanje i e-bankarstvo tijekom pandemije bolesti COVID-19. Molim Vas da na pitanja odgovorite iskreno i objektivno. Anketa je anonimna, a prikupljeni podaci bit će korišteni samo u svrhu izrade završnog rada na odjelu za Poslovanje i menadžment Sveučilišta Sjever.

Unaprijed zahvaljujem na izdvojenom vremenu i trudu!

[Sign in to Google](#) to save your progress. [Learn more](#)

\* Required

1. Spol \*

Muško

Žensko

2. Dobna skupina \*

- Manje od 18
- 18-25
- 26-35
- 36-45
- 46-55
- 56-65
- Više od 65

3. Završen stupanj obrazovanja \*

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša stručna sprema
- Visoka stručna sprema
- Magisterij
- Doktorat

4. Trenutni status \*

- Student/ica
- Zaposlen/a
- Nezaposlen/a
- Umirovljenik/ica

5. Mjesečna primanja \*

- <2.000 kn
- 2.001-4.000 kn
- 4.001-6.000 kn
- 6.001-8.000 kn
- 8.001-10.000 kn
- >10.000 kn

6. Držite li gotov novac "u novčaniku" ili ste skloniji kartičnom plaćanju?

- Gotov novac
- Kartično plaćanje
- Oboje u istoj mjeri

7. Jeste li tijekom pandemije bolesti COVID-19 više koristili kartično plaćanje u svakodnevnim transakcijama (u odnosu na gotovinu)? \*

- Da
- Ne

8. Smatrate li da je kartično poslovanje sigurno? \*

- Da
- Ne

9. Plaćate li mjesečne račune i druge obveze putem online bankovnih transakcija ili putem šalterskog poslovanja? \*

- Online bankovne transakcije
- Šaltersko poslovanje
- Oboje u istoj mjeri

Molim Vas da ocijenite svoj stupanj slaganja ili neslaganja s navedenim tvrdnjama o svojim stajalištima o korištenju e-bankarstva u doba pandemije bolesti COVID-19. Pritom ocjena 1 znači izrazito se ne slažem, 2 – ne slažem se, 3 – niti se slažem niti se ne slažem, 4 – slažem se, a 5 znači izrazito se slažem.

10. Smatram da odlazak u banku i druge institucije u kojima mogu obavljati transakcije poput plaćanja računa i sl. predstavlja rizik za mene i moju obitelj. \*

- 1      2      3      4      5
- izrazito se ne slažem                        - izrazito se slažem

11. Zbog pandemije bolesti COVID-19 više sam sklon/a beskontaktnom plaćanju i e-bankarstvu. \*

- 1      2      3      4      5
- izrazito se ne slažem                        - izrazito se slažem

12. Informatička pismenost važna je za korištenje e-bankarstva. \*

1      2      3      4      5

- izrazito se ne slažem                        - izrazito se slažem

13. Članovi moje obitelji, prijatelji i druge osobe iz moje okoline dobro su se prilagodili e-bankarstvu i kartičnom poslovanju. \*

1      2      3      4      5

- izrazito se ne slažem                        - izrazito se slažem

14. Smatram da su kartične transakcije i e-bankarstvo u velikoj mjeri potisnule gotov novac iz uporabe. \*

1      2      3      4      5

- izrazito se ne slažem                        - izrazito se slažem

Submit

Clear form

This content is neither created nor endorsed by Google. [Report Abuse](#) - [Terms of Service](#) - [Privacy Policy](#)

Google Forms



 Request edit access