

Informacijsko-komunikacijski oblici suvremenog poslovanja banaka

Orehovec, Tena

Undergraduate thesis / Završni rad

2022

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:369603>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-12-25**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





**Sveučilište
Sjever**

Završni rad br. 337/PIM/2022

Informacijsko – komunikacijski oblici suvremenog poslovanja banaka

Tena Orehovec, 0336031053

Koprivnica, rujan 2022. godine



**Sveučilište
Sjever**

Odjel za Poslovanje i menadžment

Završni rad br. 337/PIM/2022

Informacijsko – komunikacijski oblici suvremenog poslovanja banaka

Student

Tena Orehovec, 0336031053 (3505/336)

Mentor

Izv. prof. dr.sc. Ljerka Luić

Koprivnica, rujan 2022. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za ekonomiju		
STUDIJ	preddiplomski stručni studij Poslovanje i menadžment		
PRISTUPNIK	Tena Orehovec	JMBAG	0336031053
DATUM	24. 9. 2022.	KOLEGIJ	Poslovno-informacijski sustavi
NASLOV RADA	Informacijsko-komunikacijski oblici suvremenog poslovanja banaka		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Information and communication forms of modern bank operations		
MENTOR	izv. prof. dr. sc. Ljerka Luić	ZVANJE	doktor znanosti
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Matija Varga - predsjednik		
	2. doc. dr. sc. Joško Lozić - član		
	3. izv. prof. dr. sc. Ljerka Luić - mentorica		
	4. dr. sc. Biljana Marković - zamjenski član		
	5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	337/PIM/2022
OPIS	<p>U uvodnom dijelu rada potrebno je elaborirati teorijski okvir problematike kojom se rad bavi, obrazložiti cilj i predmet istraživanja, izvore podataka i metodologiju istraživanja, iznijeti prikaz strukture rada kroz kratki opis sadržaja rada te navesti istraživačko pitanje.</p> <p>U poglavljima koja slijede potrebno je elaborirati ključne pojmove vezane uz temu rada te na osnovu relevantne literature opisati teorijski okvir poslovno-informacijskih sustava, pojasniti ključne aspekte i informacijsko-komunikacijske oblike suvremenog poslovanja banaka. Razradu teme rada treba temeljiti na istraživačkom pitanju "Koji oblici suvremenog poslovanja banaka imaju najznačajniji utjecaj na komunikaciju s klijentima?", cilj kojega je istražiti važnost komunikacijskih aspekata za učinkovito bankarsko poslovanje provedbom istraživanja u bankarskoj poslovnicu. U drugom dijelu rada potrebno je kratko opisati metodologiju provedbe istraživanja te potom detaljno elaborirati dobivene rezultate, a u završnoj diskusiji kritički se osvrnuti na značaj digitalne komunikacije u suvremenom poslovanju.</p> <p>Glavne spoznaje do kojih se došlo proučavanjem literature i provedbom istraživanja potrebno je iznijeti u kratkom zaključku na kraju rada.</p>

ZADATAK URUČEN	26. 9. 2022.	POTPIS MENTORA	
----------------	--------------	----------------	--

Zahvala

Zahvaljujem svojoj mentorici izv. prof. dr. sc. Ljerki Luić na velikoj pomoći te korisnim savjetima prilikom izrade završnog rada. Izuzetno mi je drago što je bila dio mojeg obrazovanja na Sveučilištu Sjever. Ujedno zahvaljujem ostalih profesorima i djelatnicima Sveučilišta Sjever koji su na bilo koji način pridonijeli mojem obrazovanju na Sveučilištu Sjever.

Sažetak

Poslovni informacijski sustavi vrlo su važan dio bankarskog poslovanja. Korištenjem ovog sustava omogućava se brži pristup podacima u bankarskom poslovanju. Važno je samo voditi računa o sigurnosti i privatnosti podataka kako bi klijenti stekli povjerenje u korištenje usluga banke. Uporabom informacijskih, poslovnih procesa omogućuje se protok podataka te razmjenjivanje znanja i informacija koje su od velike važnosti za bankarsko poslovanje. Poslovni informacijski sustavi trebaju biti u implementaciji sa drugim informacijskim sustavima kako bi se omogućilo lakše i jednostavnije funkcioniranje istih, kroz brži pristup informacija. Banke svojim proizvodima i uslugama klijentu trebaju pružiti razinu zadovoljstva te odanosti. Proveden je strukturni intervju sa zaposlenicama dvije različite banke koje posluju na području Republike Hrvatske, vezano uz stavove, mišljenja zaposlenika o njihovom poslovanju te odnosom s klijentom.

Ključne riječi : poslovno informacijski sustav, novac, bankarstvo, bankarsko poslovanje, banke, klijenti

Summary

Business information systems are a very important part of banking. Using this system allows faster access to data in the banking business. It is only important to take care of data security and privacy so that customers can gain confidence in using the bank's services. The use of information, business processes enables the flow of data and the exchange of knowledge and information that are of great importance for banking. Business information systems need to be implemented with other information systems to enable them to function more easily and easily, through faster access to information. Banks should provide the client with a level of satisfaction and loyalty with their products and services. A structural interview was conducted with employees of two different banks operating in the Republic of Croatia, regarding the attitudes, opinions of employees about their business and the relationship with the client.

Keywords: business information system, money, banking, banks, clients

Popis korištenih kratica

CPI – consumer price index

GDPR – General Data Protection Regulation

HANFA – Hrvatska agencija za nadzor financijskih usluga

HNB - Hrvatska narodna banka

HPB – Hrvatska poštanska banka

IT- Information technology

PBZ – Privredna banka Zagreb

RBA – Raiffeisen bank Austria

Sadržaj

1. Uvod	1
2. Poslovno informacijski sustav	2
2.1. Elektroničko povezivanje informacijskih sustava	4
2.2. Okruženje elektroničkog povezivanja informacijskih sustava	4
2.3. Elektronički identitet	5
2.4. Interoperabilnost	7
2.5. Modularnost	7
3. Poslovni informacijski sustavi u bankarstvu	7
3.1. Novac i funkcije novca	8
3.2. Definiranje banke	9
3.3. Bankarska tajna	11
3.4. Bankarski poslovi i njihova podjela	11
4. Analiza banaka Republike Hrvatske i usluga koje one nude	13
4.1. Online bankarstvo banaka	15
4.2. Mobilno bankarstvo banaka	16
5. Bankarsko komuniciranje s javnosti	17
6. Intervju	20
7. Zaključak	24
8. Literatura	26

1. Uvod

U današnje vrijeme život nam je nezamisliv bez tehnologije koja sve više napreduje te se razvija u kvalitetnim smjerovima. Kako u svakodnevnom poslovanju tako i u bankarskom važnu ulogu preuzima poslovni informacijski sustav. Sustav bez kojeg bi poslovanje banaka bilo nezamislivo. Sustav u kojem banke zauzimaju važnu ulogu u poslovanju. Napretkom tehnologije poslovni informacijski sustav u bankarstvu upoznaje se sa mnogim aktivnostima koje bi mogle potencijalno narušiti samo poslovanje unutar tog sustava. Potencijalne opasnosti koje prijete samom sustavu, potrebno je pravovremeno uočiti te poduzeti određene aktivnosti za sprječavanje istih.

1.1. Predmet i cilj rada

Završni rad temeljen je na istraživanju bankarskih sustava u poslovanju. Cilj rada je istražiti bankarsko poslovanje, kako se ono odvija u bankarskom sustavu Republike Hrvatske te istražiti neke od banaka, njihovo poslovanje te usluge koje nude klijentima. Istražiti online te mobilno bankarstvo pojedinih banaka te utvrditi stupanj njihove komunikacije s klijentima.

1.2. Struktura rada

Rad je podijeljen u tri djela.

Prvi dio teorijski je dio te se sastoji od jedne cjeline. Ova cjelina započinje prikupljanjem podataka te bilježenjem istih što saznajemo kroz definiciju samog poslovno informacijski sustav. Kakvi podaci i informacije moraju biti te koju vrijednost i veličinu mora imati. Kako je informacijska tehnologija utjecala na stvaranje informacijskog sustava te prednosti njenog korištenja.

Drugi dio odnosi se na poslovne informacijske sustave u poslovanju. Kako usvojiti zahtjeve poslovno informacijskog sustava kroz primjenu stručnih znanja kao ključnog čimbenika poslovanja banke. Definirati pojam novca te navesti te objasniti njegove funkcije i svojstva. Kakvim sve poslovima se banke u svojem poslovanju koriste, što sve svaki od tih poslova podrazumijeva.

Treći dio odnosi se na samu analizu pojedinih banaka koje posluju na području Republike Hrvatske. Razmotriti njihov nastanak, upoznati se sa njihovim poslovanjem, proizvodima i uslugama koje one nude te u dvije od odabranih banaka, točnije njihovim podružnicama

provesti intervju koji se odnosi na samo njihovo poslovanje, stupanj zadovoljstva njihovih korisnika.

1.3. Izvori podataka

Prilikom izrade završnog rada korištena je literatura iz područja informatike поближе informacijskih sustava te ekonomije, odnosno bankarstva. Također su korišteni elektronički izvori te članci i mrežne stranice banaka koje posluju na području Republike Hrvatske.

1.4. Istraživačko pitanje

Rad je temeljen na istraživačkom pitanju „koji oblici suvremenog poslovanja banaka imaju najznačajniji utjecaj na komunikaciju s klijentima?“

S ciljem saznanja informacija od zaposlenika banke, napravljen je intervju. Banka koja je odabrana bila je Raiffeisen bank Austria, poslovnica u Prelogu te Nova hrvatska banka podružnice Dugo Selo. Cilj intervju bio je utvrditi digitalnu suradnju banaka i klijenata kroz intervju sa zaposlenicom Raiffeisen bank Austria te zaposlenicom Nove hrvatske banke.

2. Poslovno informacijski sustav

U svakodnevnom poslovanju bilježimo različite podatke, informacije bez kojih poslovanje ne bi funkcioniralo. Tako bilježimo primjerice nazive klijenata te poslovnih partnera, izdane i primljene račune, naručene te prodane robe, stanje zaliha proizvoda u skladištu i slično. Podaci su glavni skup unutar promatranog sustava, oni pojašnjavaju određeni aspekt poslovanja.

Podatak je skup znakova zapisanih na nekom mediju, npr. papiru (knjiga, rokovnik), filmu (fotografija, video), mediju (disketa ili disk na računalu, video zapis na kazeti), njime zapisujemo određenu činjenicu. (Strugar, Varga 2016: 3)

Razlikujemo strukturiran i nestrukturiran podatak. Strukturiran podatak je onaj podatak čija vrijednost ima smisleni smještaj unutar neke strukture (najčešće tablično iskazani). Nestrukturirani podatak je onaj podatak kog kojeg pripadnost obilježju nije označena, nije ih poželjno prikazivati u tabličnom obliku kao strukturirane već u obliku dokumenta. U organizacijama, nestrukturiranih podataka ima uvjerljivo više nego što ima strukturiranih.

Kada zabilježimo skup podataka dobivamo informaciju, ona nas obavještava o nečemu. Prilikom odlučivanja potrebna nam je informacija, svaka odluka koju donosimo temelji se na

dobivenoj informaciji. Kvalitetnim odlučivanjem, koje smo stekli kroz znanje i iskustvo dobivamo kvalitetnu informaciju.

Prema Strugar, Varga (2016:4) kvalitetnom informacijom smatramo informaciju koja je:

- točna (konkretno opisuje stanje stvari)
- potpuna (objektivno i u cijelosti opisuje stanje stvari)
- primjerena, tj. relevantna (odgovara problemu koji iziskuje odlučivanje i osobi koja odlučuje)
- pravovremena (dobivena na vrijeme)

Informacija je kvalitetnija što je ona primjerenija, točnija, potpunija te pravovremenija.

Promatranjem informacije te samim odlučivanjem posredno možemo odrediti njezinu vrijednost. Vrijednost same odluke usko je vezana s odlučivanjem te rezultatom samog odlučivanja. Informacija je vrijedna kada je ona temeljena na vrijednoj odluci, dok je bezvrijedna kada nije funkcionalna za odlučivanje.

Informacija ima najveću vrijednost kada je ona dobivena te još nije donešena odluka, manju vrijednost ima kada moramo donijeti odluku, dok najmanju ima ukoliko je informacija dobivena prekasno.

Informacije, odnosno podaci ulazne su i izlazne veličine informacijskog sustava. Informacija je podatak koji primatelju donosi neku relevantnu novost. Podaci, odnosno informacije najčešće se zapisuju kao broj, znak ili pak ime. Svaki takav zapis popraćen je prethodno definiranom interpretacijom. Vrijednost informacija utvrđuje se na osnovi toga u kojoj mjeri ta informacija otklanja neizvjesnost kod primatelja. (<https://www.fpz.unizg.hr/ztos/iszp/a2.pdf>)

Informacije i podatke smatramo važnim resursima u svakodnevnom suvremenom poslovanju. Prilikom odlučivanja, nužno nam je znanje. Znanjem nazivamo kombinaciju informacija i podataka iz kojih proizlaze vještina, mišljenje te iskustvo. Znanjem određujemo način korištenja informacije. Znanje nas kao pojedinca ili zaposlenika vrlo je važno prilikom obavljanja neke djelatnosti kako u svakodnevnom životu tako i u poslovnom svijetu. U poslovanju, važno je kvalitetno upravljati znanjem kako bi se donijele kvalitetne i uspješne poslovne odluke.

Kvalitetnim postupanjem podacima i informacijama dobivamo informacijski sustav. Prema Strugar, Varga (2016:6) informacijskim sustavom smatramo sustav koji prikuplja, pohranjuje,

čuva, obrađuje i isporučuje informacije važne za organizaciju i društvo, tako da one budu dostupne i upotrebljive svakome kome su potrebne. Aktivni je društveni sustav koji se može, ali ne mora koristiti suvremenom informacijskom tehnologijom.

Informacijski sustav ne bi funkcionirao bez ljudi (korisnika), tehničkih pomagala (računala, komunikacijski uređaji), procedura (ručno ili pomoću softvera) te podataka (pohranjenih tradicionalno ili na nekom od medija).

Kako su ljudi glavni sudionici informacijskog sustava, često ga nazivamo i društvenim sustavom. Oni unutar informacijskog sustava obavljaju različite aktivnosti najčešće pomoću suvremene informacijske tehnologije.

Točnost, brzina, pouzdanost, laka programibilnost, pogodnost obavljanja ponavljajućeg posla samo su neke od prednosti korištenja suvremene informacijske tehnologije. Informacijske aktivnosti u svakoj organizaciji provode se pomoću informacijskog sustava. Kako bi informacijski sustav bolje funkcionirao potrebno ga je konstantno unapređivati, ne prepustiti ga spontanome razvoju. (Strugar, Varga 2016:6)

Informacijski sustav pojedinog poslovnog sustava služi tom okruženju kao strateško oružje, podloga za upravljanje i rukovođenje, pruža informacije kojima se posloводство koristi pri donošenju odluka. Također služi za automatiziranje i integriranje proizvodnih i poslovnih procesa koji bi se inače obavljali ručno. (Luić 2009: 76)

2.1. Elektroničko povezivanje informacijskih sustava

Povezivanje informacijskih sustava potrebno je kako bi se uspostavile veze između pojedinih sustava. Elektroničkim povezivanjem informacijski sustavi pridružuju se ostalih sustavima u poslovanju, npr. zdravstvu, bankarstvu i sl.

2.2. Okruženje elektroničkog povezivanja informacijskih sustava

Okruženje elektroničkog povezivanja informacijskog sustava poduzeća čine ovi elementi:

- Globalna infrastruktura
- Struktura veza s dobavljačima

- Struktura veza s klijentima, kupcima
- Struktura veza z poslovnim partnerima i posrednicima u poslovanju.

Prema Strugar, Varga (2016:173) elektroničkim povezivanjem omogućuje se unaprjeđenje svih aspekata odnosa poduzeća s njegovim dobavljačima te ostalim poslovnim partnerima. Na webu poduzeće pronalazi nove poslovne partnere, nove dobavljače, nove izvore sirovina, materijala i usluga. Temelj kvalitetne primjene koncepta elektroničkog poslovanja ostvaruje se dobrim vezama s klijentima, kupcima i korisnicima usluga. Kako bi se te veze unaprijedile potrebna nam je kvalitetna organizacija i provedba: online marketinga, elektroničke naplate potraživanja od klijenata, pravodobnoga informiranja i pružanja online usluga klijentima, ponude zabavnih sadržaja, aktivnosti na elektroničkim tržištima, upravljanja uslugama i prodajom te obavještavanja o tržištima i prikupljana informacija o klijentima.

Na elektroničkim tržištima poduzeće se može javljati kao ponuditelj, tj. prodavatelj roba i usluga. U tom slučaju ovo tržište iziskuje drugačije ponašanje obzirom na klasično tržište te poduzimanje drugačijih aktivnosti. U elektroničkom poslovanju nema neke potrebe za posrednicima zato što svaki proizvođač ili ponuđač može stupiti u izravan kontakt sa svojim klijentom – promjenjiva je samo narav te metode posredovanja pri čemu se tako javljaju novi oblici posredovanja. Prilikom prikupljanja podataka o konkurenciji te potrošačima tvrtke od velike pomoći nam je Internet te World Wide Web koji nude kvalitete mogućnosti informiranja o tržištima i prikupljanja informacija o klijentima. Prvo i najvažniji pokazatelji promjena na zahtjeve tržišta su krajnji potrošači koji posjećuju web mjesta posrednika te s njima održavaju izravne kontakte. (Strugar, Varga 2016:174)

2.2. Elektronički identitet

Pod pojmom elektroničkog identiteta smatramo identitet koji je usvojen od strane pojedinca, organizacije ili elektroničkog uređaja. Korisnici mogu projicirati više elektroničkih identiteta kroz više zajednica. Prilikom upravljanja elektroničkim identitetom ključnu ulogu imaju sigurnost te privatnost. Identificira se pomoću digitalnih identifikatora, npr. naziva domene, URL-a ili adrese e-pošte. Kako je računalni kriminal, odnosno krađa identiteta sveprisutna na webu, važno je provesti mjere elektroničke provjere identiteta te provjere valjanosti. (<https://hr.theastrologypage.com/digital-identity>)

Elektronička infrastruktura preduvjet je za elektroničko povezivanje poslovnih i institucionalnih subjekata. Temelj elektroničke infrastrukture čine: e-identitet, e potpis i e-

račun. E-identitet predstavlja skup podataka o pojedincu, koji se koristi za provjeru identiteta (autentikaciju) te prava pristupa (autorizaciju). Uspostavljenjem e-identiteta korisnici ga koriste za potvrdu vjerodostojnosti elektroničke komunikacije što predstavlja tzv. e-potpis. E-potpisom ostvarujemo sve potrebne uvjete pri formaliziranju elektroničke komunikacije u elektroničkom dokumentu. Temeljni dokument elektroničkog oblika koji ima najvažniju ulogu pri elektroničkom povezivanju je e-račun. (Strugar, Varga 2016:174)

E-račun u današnjici predstavlja suvremeni oblik računa koji se izdaje digitalnim putem te ne treba fizički ispis kako bi bio pravovaljan. Svakodnevno ih susrećemo te su u velikoj većini slučajeva zamijenjeni računima u fizičkom obliku. E računi sve su učestaliji te su lako primjenjivi zbog same jednostavnosti te povećane kontrole. Sigurni su te se brzo i lako kreiraju što uvelike pridonosi poboljšavanju i brzini samog poslovnog procesa. (<https://www.4d.hr/clanci/sto-su-e-racuni-i-sve-sto-trebate-znati-o-njima>)

Prednosti e- računa :

- siguran te ispravan oblik izdavanja računa
- ušteda kod cjelokupnog poslovnog procesa (prije svega najvažnija ušteda ljudskih resursa koji su ispisivali račune koristeći papir i opremu za kuvertiranje)
- manja naknada po računu (obzirom na klasični poštanski servis)
- kreira se brzo i jednostavno u samo nekoliko koraka, šalje se jednim klikom miša
- prilikom kreiranja pošalju se digitalnom poštaru na potpis te je primatelj povratno obaviješten e-mailom za pristigli račun (kada ga primatelj dobije preuzima ga potpuno autoriziranog te se cjelokupni proces odvija unutar par sekundi)
- e-račune nije potrebno ispisivati na papir te odlagati u registratore

Uza sve ove nabrojene prednosti e-račun možemo reći kako je e-računom uvelike smanjena potrošnja ekoloških faktora, omogućena je ušteda papira, te krajnje očuvanje okoliša.

Za izdavanje e-računa potreban je ovlašteni softver ili web aplikacija koja omogućuje izdavanje online e-računa. Prije svega potreban je pristup internetu bez obzira o kojem se operativnom sustavu radi. Nakon toga potreba je registracija te ga je moguće prilagoditi i kreirati prema vlastitim potrebama. (<https://www.4d.hr/clanci/sto-su-e-racuni-i-sve-sto-trebate-znati-o-njima>)

2.4. Interoperabilnost

Pojam koji podrazumijeva sposobnost informacijskih, komunikacijskih, poslovnih procesa usmjeriti protok podataka te omogućiti razmjenjivanje znanja i informacija. Ostvaruje se na tehničkoj, semantičkoj te procesnoj razini, nekad se promatra s gledišta političke i pravne razine. Prilikom povezivanja poslovnih procesa gospodarskih subjekata, državnih tijela te drugih subjekata prisutan je određeni sadržaj čiji je primarni izvor određeno državno tijelo. Država se obvezuje donijeti pripadajuće standarde kako bi sadržaji bili elektronički čitljivi. (Strugar, Varga 2016:174)

2.5. Modularnost

Pod pojmom modularnosti smatramo ostvarenje pojedinih funkcionalnosti koje su nužne za provođenje transakcija tijekom razmjene javnih informacija i korištenja elektroničkih usluga. Sukladno načelima interoperabilnosti individualno je definirana svaka funkcionalnost. Za svaku je također i definiran skup podataka koji se razmjenjuje u obliku XML shema. Kako bi se odvijali svi poslovni procesi poduzeća uz korištenje e-uprave svi potrebni podaci moraju biti dostupni. Elektronički identitet i elektronički potpis smatraju se ključnim omogućavateljima elektroničke razmjene informacija te su temelj za sve razmjene informacija i dokumenata između tijela e-uprave i poslovnih informacijskih poduzeća. Obzirom na vrstu elektroničke usluge razlikujemo sljedeće funkcionalnosti: e-računi, e-ponude, e-narudžbe, e-isprave, e-podnesci. (Strugar, Varga 2016:174)

3. Poslovni informacijski sustavi u bankarstvu

Kvalitetne, sigurne te provjere informacije od velike su važnosti prilikom odlučivanja u svakodnevnom poslovanju. Za ostvarivanje ciljeva potreban je kvalitetan informacijski sustav posebice u bankarskom poslovanju. U bankarskom poslovanju podaci koje su ljudi prikupili, pomoću informacijske tehnologije te samog postupka procesuiranja tih podataka spremni su za korištenje. Kao ključan čimbenik poslovanja banke, informacijski sustav zahtjeva usvajanje te svakodnevnu primjenu novih stručnih znanja. Pomoću informacijskog sustava banka se povezuje s klijentima te ostalih korisnicima ili pružateljima usluga pomoću telekomunikacijske

mreže. Poslovno informacijsku sustav u bankarstvu, sustav je koji zahtjeva česta ulaganja u resurse. Kako bi poslovni informacijski sustav neke banke funkcionirao potrebno je učestalo pratiti promjene u ovom sustavu. Od značajne je važnosti također prilikom razvoja novih proizvoda i usluga. Poslovanje banke nemoguće je bez poslovnog informacijskog sustava. Kako bi se novi proizvod ili usluga plasirala na tržište te ponudila kupcima; krajnjim korisnicima važnu ulogu preuzima informacijski sustav. Od samog stvaranja proizvoda ili usluge pa do njegovoj razvoja i na posljertku korištenja svaki taj dio ne bi mogao funkcionirati da informacijski sustav ne postoji.

Postoje razlike poslovno – informacijske svijesti i znanja posloводства različitih poslovnih sustava, niz čimbenika koji utječu na te razlike su: organizacijska tradicija, kultura, kultura planiranja poslovanja, obrazovna i dobna struktura posloводства. (Luić, 2015:244)

3.1 Novac i funkcije novca

Kako bi se omogućila razmjena ekonomskih dobara, treba postojati sredstvo te razmjene. Novac kao pojam predstavlja opće prihvaćeno sredstvo plaćanja roba ili usluga. Najstariji oblik razmjene dobara predstavlja trampa, jedno dobro zamjenjuje se drugim dobrom. U prošlosti kroz različita vremenska razdoblja i naroda, sredstvo razmjene bila je raznovrsna roba. Tako se kao sredstvo razmjene koristio i robni novac, primjerice predmeti od metala; drveta, stoka. Novac izražava vrijednost svih vrsta roba i usluga, gdje cijena predstavlja novčani izraz vrijednosti. (Gregurek, Vidaković 2011:3)

Gregurek i Vidaković 2011. navode sljedeće funkcije novca:

- novac kao sredstvo razmjene – instrument plaćanja u razmjeni roba i usluga
- novac kao sredstvo očuvanja vrijednosti – dio novca koji nije namijenjen potrošnji u tekućem razdoblju, može biti korišten za potrošnju u budućem razdoblju
- novac kao obračunska jedinica – koristi se kod vrednovanja jednog dobra ili usluge u odnosu na drugo dobro ili uslugu.
- novac kao sredstvo izražavanja odgođenih plaćanja – sredstvo iskazivanja dugova koji će se podmiriti u budućnosti (kupovine uz odgodu plaćanja; korištenje i odobrene bankovnih kredita)

Udžbenik Ivanov, Maroshi navodi kako novčanim svojstvima smatramo:

- prenosivost – radi praktičnosti korištenja, novac treba imati malu težinu u odnosu na vrijednost
- trajnost – novac mora imati fizičku trajnost, da se ne kvari i ne gubi na materijalnom sadržaju
- djeljivost – kako bi se lakše odvijala razmjena, mogućnost podjele na manje jedinice (sitni novac)
- prepoznatljivost – lako prepoznatljiv kako bi se onemogućilo krivotvorenje
- homogenost (standardiziranost) – svaka novčana jedinica treba biti identična ostalima
- mogućnost kontrole ponude novca – inflacija (pretjeranom količinom novca dolazi do porasta opće razine cijena i usluga) , deflacija (premala količina novca uzrokuje zastoje u razmjeni dobara i usluga te dolazi do pada cijena proizvoda i usluga)
- stabilnost kupovne moći – za jedinicu novca uvijek možemo približno dobiti jednaku količinu dobara i usluga

3.2. Definiranje banke

Banka predstavlja instituciju koja se bavi prikupljanjem novčanih sredstava, njihovim plasiranjem te pružanjem financijskih usluga. Ne definira se kao financijska institucija iz tog razloga što banke danas nisu samo financijske institucije, već su proširile svoje poslovanje uvođenjem ostalih usluga. Banka uzima i prikuplja novčana sredstva u obliku depozita i kredita. Sredstva uzima da bi ih dalje plasirala. Takav financijski tok nazivamo platnim prometom, on predstavlja protok novca unutar ekonomije. (Gregurek, Vidaković 2011:10).

Matić i Srb 2000. navode kako banke obzirom na njihovu raznovrsnost, možemo podijeliti prema osnovnim funkcijama :

- mjenjačka funkcija
- funkcija primanja depozita te prijenosa (transfera), odnosno plaćanja po nalogu deponenta
- funkcija kreditiranja

Kako se okolnosti i potrebe gospodarstva u kojem banke djeluju mijenjaju, njihovom promjenjivošću razvijaju se ostale bankarske funkcije. Te funkcije su: kreditno- garancijske (vezane uz mjenični aval) , funkcija transfera (posrednička) te funkcija emisije vrijednosnih

papira (direktno financiranje). Kao prvi bankarski poslovi javljaju se depozitni te hipotekarni poslovi. Emisijske banke, središnje banke nastaju otprilike u isto vrijeme kao i depozitno kreditne banke. Kasnije se razvijaju specijalne banke te štedionice.

Prema Matić, Srđ obzirom na vrste, banke možemo podijeliti na:

1. središnje banke
2. depozitno-kreditne banke
3. specijalizirane banke
4. univerzalne banke
5. štedionice.

Središnje, emisijske banke bave se provođenjem ekonomske politike neke zemlje kroz vođenje monetarno-kreditne i devizne politike te osiguravaju stabilnost novca. Posao koji obavljaju je emisija novca (novčanica ili kovanog novca). Središnja banka odgovorna je za međunarodnu likvidnost te stabilnost valute neke zemlje. (Matić, Srđ 2000:17)

Depozitno kreditne banke nazivaju se i komercijalnim bankama. Glavna zadaća im je kreditiranje gospodarstva, stanovništva. Novčana masa se povećava odobravanjem kredita. Kreditno depozitne banke utječu na cjelokupna kretanja u gospodarstvu uz načelo isplativosti te minimiziranjem rizika. Banke sredstva poslovanja na tržištu osiguravaju emisijom vrijednosnih papira. (Matić, Srđ 2000:18)

Specijalizirane banke omogućavaju potpuno sagledavanje potreba klijenata, smanjenje poslovnog rizika, suradnjom sa različitim bankama kvalitetnije osiguravaju sredstva. Specijalizirane su za poslove koji ponekad mogu uvelike opteretiti poslovanje pri čemu u konačnici smanjuju efikasnost. Takve banke su investicijske banke i razvojne banke. (Matić, Srđ 2000:19)

Univerzalne banke pružaju većinu bankarskih usluga te veliki broj bankarskih poslova. Obuhvaćaju tržište kapitala, novčano, međubankovno te devizno tržište. Ovaj tip banaka prevladava u određenim zemljama, obzirom na tradiciju i navike stanovnika. (Matić, Srđ 2000:20)

Štedionice predstavljaju specijalizirane institucije koje prikupljaju te plasiraju štednju stanovništvu. Odobravaju različite kredite klijentima, stanovništvu (potrošački kredit, stambeni kredit). Poštanske štedionice nalaze se gotovo u svakom mjestu te su važan čimbenik poslova

štednje. Štedno kreditne zadruge isključivo se bave štednjom članovima tih zadruga te nude povoljnije uvjete kreditiranja. (Matić, Srb 2000:20).

3.3. Bankarska tajna

Banka kao financijska institucija dužna je silom zakona čuvati povjerljive podatke, činjenice koje saznanje kod pružanja usluga te obavljanju poslova s klijentima. Zaposlenici banke, dioničari te upravna tijela imaju pristup povjerljivim podacima te ih ne smiju priopćiti trećim osobama. Povjerljivim podacima mogu se koristiti središnje banke, sudovi ili druga nadležna tijela isključivo u svrhu za koju su potrebni.

Gregurek i Vidaković 2016. navode kako se bankarska tajna čuva u slučajevima:

- pisanog izjašnjavanja klijenta o priopćenju određenih povjerljivih podataka
- provođenja kaznenog postupka kada sud to pismeno zatraži
- pri sprječavanju pranja novca (zakonski)
- u sudskom sporu banke i klijenta za utvrđivanje pravnog odnosa
- kod ostavinskog ili nekog drugog imovinsko pravnog postupka, pisanim zahtjevom suda
- provedbe ovrhe nad imovinom klijenta, pisanim zahtjevom suda
- priopćavanja povjerljivih podataka središnjoj banci, drugim nadzornim i državnim tijelima za potrebe nadzora koji obavljaju u zakonskom okviru na temelju pisanog zahtjeva
- ako su podaci potrebni poreznim tijelima kod postupka kojeg provode uz pisani zahtjev
- ako se podaci priopćavaju za potrebe institucija za osiguranje uloga, zakonski regulirano

3.4. Bankarski poslovi i njihova podjela

Banka prima sredstva od klijenata koji imaju višak te ta sredstva plasira onima koji imaju manjak te ista traže od banke. Obavlja usluge platnog prometa te omogućuje klijentima transferna plaćanja i plaćanja računa. Također banka obavlja i poslove konverzije, odnosno mjenjačke poslove. Plasiranjem kredita, platnim prometom, promjenom valuta utječe na bilancu – mijena se njena depozitna, valutna struktura. Zaposlenicima banke od velikog je značaja razumijevanje procesa bankarskih poslova isto tako i samim klijentima. (Gregurek, Vidaković 2016:19)

Prema bilančno-analitičkom obilježju bankarske poslove dijelimo na:

- neutralne, indiferentne
- aktivne ili kreditne
- pasivne
- vlastite

Mjenjački poslovi, platni promet, komisijski poslovi najznačajniji su neutralni poslovi u poslovanju banke. Smatraju se najbrojnijim uslužnim bankarskim poslovima. Proizvodi koji proizlaze iz tog poslovanja stvaraju prihode od tečajnih razlika te od naplaćenih prihoda.

Aktivnim bankarskim poslovima smatramo ulaganje u vrijednosne papire, diskontiranje vrijednosnih papira, lombardiranje, davanje zajmova te ostali poslovi koji stvaraju prihode, direktnih utjecajem na aktivu banke. Prihod se stvara provizijom i naplatom kamate. (Gregurek, Vidaković 2016:20)

Depozitni poslovi i drugi poslovi kojima se pribavljaju novčana sredstva te prate izvori istih pasivni su poslovi banke. Banka za pribavljen novac vjerovniku plaća pasivnu kamatu. Nakon što se naplati pasivna kamata tek onda se stvara prihod.

Novijim poslovima banke nazivamo vlastite bankarske poslove. Kod ovakvih poslova banka ne posluje s klijentima. Tu spadaju poslovi koje banka obavlja u svoj ime i na svoj račun: vlasnička ulaganja kapitala u druge organizacije, poslovanje novčanim karticama, trgovina na tržištu vrijednosnih papira te na novčanom tržištu. Razlikom između uloženog i vraćenog kapitala stvaraju se prihodi i rashodi od takvih poslova. (Gregurek, Vidaković 2016:20)

4. Analiza banaka Republike Hrvatske i usluga koje one nude

Na području Republike Hrvatske djeluje dvadesetak banaka, a to su: Addiko banka, Agram banka, Banka Kovanica, BKS BANK AG, Croatia banka, Erste&Steiermärkische Bank, Hrvatska poštanska banka, Imex banka, Istarska kreditna banka Umag, J&T banka, Karlovačka banka, Kentbank, OTP banka Hrvatska, Partner banka, Podravska banka, Privredna banka Zagreb, Raiffeisenbank Austria, Samoborska banka, Nova hrvatska banka, Slatinska banka te Zagrebačka banka. Po svom odabiru izdvojiti ću tri banke koje ću analizirati, a to su: Nova hrvatska banka, Privredna banka Zagreb te Raiffeisenbank Austria,

Nova hrvatska banka

Nova hrvatska banka članica je grupacije Hrvatske poštanske banke, u Hrvatskoj je prisutna od 1997. godine kao tzv. Volksbank. U siječnju 2013. kreće s poslovanjem kao Sberbank, u ožujku 2022. godine prelazi u stopostotno vlasništvo NPB-a te u travnju 2022. dobiva novi naziv Nova hrvatska banka. Građanima, klijentima pruža kompletnu financijsku uslugu putem digitalnih kanala, kroz mrežu od 30 poslovnica diljem Hrvatske. Vodeći se potrebama klijenata i konkurentnosti na tržištu, kontinuirano unaprjeđuje svoje proizvode i usluge. Pokrivenost mreža bankomata dostupna je u tridesetak hrvatskih gradova, to su: Bjelovar, Čakovec, Slavonski Brod, Zagreb, Dubrovnik, Dugo Selo, Karlovac, Koprivnica, Makarska, Metković, Osijek, Pula, Požega, Rijeka, Sesvete, Split, Šibenik, Varaždin, Velika Gorica, Vinkovci, Zabok, Zadar, Zaprešić gdje su ujedno i smještene njihove poslovnice. (<https://www.novahrvatskabanka.hr/o-nama/o-novoj-hrvatskoj-banci/>)

Za građane nudi sljedeće proizvode i usluge; računi i paketi, to su: multivalutni žiro račun, multivalutni tekući račun, Green paket te Orange paket. Kartice kojima banka posluje su mastercard kartice. Prihvaćeno bezgotovinsko sredstvo plaćanja te omogućuje podizanje gotovine na bankomatima. U ponudi imaju gotovinske kredite u kunama i eurima, zamjenske kredite u kunama i eurima te stambene kredite. Nudi ulaganja u investicijske i dobrovoljne fondove. U ponudi ima štednje kao što su: IN štednja, Standard štednja, Štednja po viđenju, Happy štednja. Građanima nudi osiguranje imovine, osiguranje sposobnosti vraćanja kredita te dopunsko zdravstveno osiguranje. (<https://www.novahrvatskabanka.hr/gradjani/>)

Privredna banka Zagreb

Privredna banka Zagreb članica je grupacije Intesa Sanpaolo, nalazi se u samom vrhu hrvatskog bankarstva. Bila je nositelj najvećih investicijskih programa u razvoju brodogradnje, turizma,

cestogradnje, poljoprivrede, industrijalizacije te je uvjerljivo i danas zadržala kontinuitet te identitet Republike Hrvatske. Usmjerena je na suvremene oblike bankarskog sustava te na nove inovativne proizvode čime kontinuirano održava vodeću poziciju u informacijskim tehnologijama bankarstva. Nagrađivana je prestižnim međunarodnim nagradama u području bankarskog sektora. Poslovnice Privredne banke Zagreb rasprostranjene su diljem Hrvatske, u gotovo svakom gradu ili gradiću, njih oko sto pedesetak. Mreže bankomata protežu se ne samo u gradovima nego i u selima. Tako mrežu bankomata čini oko petstotinjak bankomata diljem Republike Hrvatske. (<https://www.pbz.hr/gradjani/Nas-svijet/Tko-smo-mi.html#id72eb7bad-2ce1-450f-8472-0746978fc22c>)

Privredna banka Zagreb građanima može ponuditi tekući račun u kunama, tekući račun za mlade, tekući račun u stranoj valuti, žiroračun u kunama, žiroračun u stranoj valuti, te osnovni račun. Posluje da debitnim (Visa Inspire, Visa Inspire sticker, Visa debit, , kreditnim, charge (Mastercard charge kartica, Visa charge kartica), revolving (Mastercard revolving kartica, Visa Classic revolving kartica) te prepaid (Darovna kartica) karticama. Od usluga kreditiranja za građane Privredna banka Zagreb ima u ponudi sljedeće kredite: stambeni krediti, energo krediti, stambeni krediti za sanaciju šteta od potresa, stambeni krediti za građane u državama europodručja EU, nenamjenski krediti, nenamjenski krediti uz CPI te PBZ leasing. Kod ulaganja i štednje nudi: e-Kasica u kunama, Perspektiva štednja, Dječja štednja, Standard štednja, Premium Invest štednja, Premium štednja plus paket, stambena štednja. Što se tiče osiguranja, navode se sljedeća: životno osiguranje, investicijsko osiguranje života, osiguranje od nezgode, osiguranje korisnika kredita, putno zdravstveno osiguranje, osiguranje imovine i predmeta kućanstva, osiguranje platne kartice i osobnih stvari, auto osiguranje i kasko, dopunsko zdravstveno osiguranje te dodatno zdravstveno osiguranje. (<https://www.pbz.hr/gradjani>)

Raiffeisenbank Hrvatska

S radom započinje 1994. godine te je prva banka u Hrvatskoj koja je osnovana inozemnim kapitalom. Raiffeisen banka članica je Raiffeisen grupe u Hrvatskoj koju čine Raiffeisen Consulting, Raiffeisen Leasing, Raiffeisen stambena štedionica, Raiffeisen mirovinsko osiguravajuće društvo, Raiffeisen društvo za upravljanje obveznim i dobrovoljnim mirovinskim fondovima te Raiffeisen Invest. Jedina je grupacija u Hrvatskoj koja ima sveobuhvatnu ponudu mirovinskih fondova; II. i III. stup. Klijenti na raspolaganju imaju 66 poslovnica u 36 hrvatskih gradova. (<https://www.rba.hr/o-nama/povijest>)

Raiffeisenbank Hrvatska u ponudi proizvoda i usluga za građane ističe: žiroračun, Flexi tekući račun, devizni račun. Što se tiče kreditnog potencijala, u ponudi su: gotovinski, stambeni te turistički kredit. Tako razlikujemo oročenu štednju, dobrovoljno mirovinski štednju, ulaganja u investicijske fondove. U Raiffeisen banci možemo izabrati između slijedećih osiguranja: osiguranje imovine, životno osiguranje, osiguranje uz kredite i kreditne kartice, dobrovoljno zdravstveno osiguranje, osiguranje od nezgode. (<https://www.rba.hr/proizvodi-i-usluge>)

4. 1. Online bankarstvo banaka

Raiffeisenbank Hrvatska

iDIREKT internetski bankarstvom Raiffeisen banke Hrvatska klijent posluje s bankom te raspolaže svojim sredstvima u bilo kojem trenutku te na bilo kojem mjestu uspostavom internetske veze. Prednosti su: obzirom na poslovnice znatno niža je naknada za transakcije plaćanja, ušteda vremena, pristup moguć 24 sata na dan, brza i jednostavna komunikacija s agentom kroz chat, korištenje svih usluga E-građana. U svakom trenutku raspolažemo svim informacijama o nama, ukoliko smo njihov klijent. Online bankarstvo koristimo pomoću računala, te pametnog telefona. (<https://www.rba.hr/online-i-mobilne-usluge/internetsko-bankarstvo>)

Nova hrvatska banka

Nova hrvatska banka nudi uslugu MINT@Nova, aplikacija koja omogućuje pristup online i mobilnom bankarstvu kao objedinjenim uslugama. Uvid u račune vidljiv je u svakom trenutku, aplikacija je jednostavna, pregledna te donosi niz funkcionalnosti za što lakše upravljanje financijama iz vlastitog naslonjača. (<https://www.novahrvatskabanka.hr/gradjani/online-usluge/mint-nova/>)

Privredna banka Zagreb

PBZ Internet bankarstvo nudi praćenje stanja i prometa po računima, depozitima, kreditima te kreditnim karticama. Prilikom transakcije plaćanja naknada je povoljnija od one u poslovnici. Mogućnost ugovaranja proizvoda i usluga online uz digitalni potpis. Upotrebom koda moguće je podizanje novca na bankomatu, odabere se iznos koji želimo isplatiti izradi se kod s vremenskim ograničenjem i gotovina je spremna za podizanje. (<https://www.pbz.hr/gradjani/digitalno-bankarstvo/internetsko-bankarstvo.html>)

4.2. Mobilno bankarstvo banaka

moja RBA jednostavan je i sigurna aplikacija Raiffeisen banke Hrvatska koja znatno olakšava klasično čekanje u redovima poslovnica. Obveze plaćanja obavljate na bilo kojem mjestu te u bilo koje vrijeme, uz uspostavi internetske veze. Nudi pregled računa, kontrolu troškova, plaćanje računa (FotoNalog, Klik Pay), jednostavan pregled ponuda te jednostavno upravljanje štednjom; praćenje stanja te jednostavnog uplaćivanja. (<https://www.rba.hr/online-i-mobilne-usluge/mobilno-bankarstvo/mojarba>)

Mobilno bankarstvo Privredne banke Zagreb odvija se putem PBZ mobilne aplikacije. U ponudi ima gotovo iste usluge kao i PBZ Internet bankarstvo, pruža jednostavnije plaćanje računa (skeniranjem uplatnice), beskontaktno plaćanje na prodajnom mjestu uz Google Pay, plaćanje kontaktima iz imenika mobilnog uređaja, ugovaranje određenog proizvoda ili usluge potpisom na daljinu. (<https://www.pbz.hr/gradjani/digitalno-bankarstvo/mobilno-bankarstvo.html>)

5. Bankarsko komuniciranje s javnosti

Komunikacija predstavlja način razmjene informacija ili prenošenja poruka unaprijed dogovorenim sustavom sporazumijevanja. Kako bi se kvalitetno razmijenila informacija potrebno je međusobno uskladiti razumijevanje govornika te sugovornika. Vrlo važnu ulogu u poslovnom procesu zauzima poslovna komunikologija, način na koji komuniciramo u poslovnom okruženju. Razvitkom novih tehnologija te informacijskih sustava u poslovanju važnu ulogu zauzima informatizacija koja je neizostavan čimbenik poslovanja banaka. Banke počivaju na strategiji zadržavanja postojećih i privlačenja novih klijenata. Prilikom uspostavljanja kvalitetnog odnosa između klijenta i zaposlenika banke presudnu ulogu zauzima klijent. Obzirom na različitosti svakoga od nas, prema klijentu uvijek moramo biti pristupačni; stvoriti osobni pristup kako bi ga zadržali. Dogodi li nam se eventualno neka greška u pristupu, možemo izgubiti klijenta. Kod ostvarenja poslovnih ciljeva banka svojim visokomotiviranim zaposlenicima kroz njihovu inovativnost i kreativnost želi ostvariti vrhunske rezultate. Poznavanjem vještina poslovnog komuniciranja, prezentacijom proizvoda klijentu, krajnjem korisniku samo su neka od bitnih činjenica prilikom odabira stručnog kadra za rad u poslovnici. Klijenti predstavljaju najveću vrijednost same banke, njihovo zadovoljstvo najvažniji je faktor uspješnosti banke. Uspostavom elektroničkog poslovanja banke su uočile mogućnosti koje ono nudi. Banke e-bankarstvo koriste kako bi kroz stvaranje individualnog pristupa prema klijentu pomoću komunikacijskih kanala stvorile dodanu vrijednost. Banke teže trajnom odnosu s klijentima. Zadržavanjem postojećih te privlačenjem novih klijenata odražavamo utjecaj na rast poslovanja te samim time omogućuje se i ostvarenje ciljeva svakog poslovanja. Iz dana u dan banke se sve više razvijaju u području na informacijske tehnologije te ih stoga možemo nazvati i organizacijama budućnosti. Primjenom informacijske tehnologije klijent uštedi svoje vrijeme, transakcije su jeftinije a ujedno nema nepotrebne gužve na šalterima banaka. Građani predstavljaju segment tržišta na koji su usmjerene sve banke. Razvojem informacijskih tehnologija dolazi do izražaja retailing (masovna prodaja). Online bankarstvom omogućeno je klijentima plaćanje sa računala pomoću kojeg se obavljaju sve transakcije osim gotovinskih. Prilikom uvođenja kartica u banke, klijentima je omogućeno 24-satno bankarstvo. Danas ih već smatramo svjetskom valutom, gotovo su zamijenile klasičan način upotrebe gotovine. Napretkom mobilne telefonije te daljnjim razvojem informacijske tehnologije u bankarstvu se javljaju tzv. mobilne aplikacije. Pomoću aplikacija banaka možemo u svakom trenutku vidjeti informacije o našem računu, primjerice stanje računa, plaćanje kredita, iznos dopuštenog prekoračenja po računu, ostale platne transakcije. Ipak postoji i

određena doza nesigurnosti prilikom korištenja novih tehnologija. Tako su klijenti prilikom tradicionalnog osobnog kontakta sigurniji kada se radi o oročenu većih novčanih sredstava, kreditiranju, financijskim ulaganjima. Povjerenje su stekli izravnom komunikacijom, stoga im je osobni kontakt najsigurnije rješenje. (Kunac, 2012:70)

Kunac (2012) navodi da upotrebom suvremene tehnologije dolazi do niza problema sa kojima se banke susreću, neki od problema su :

- nemogućnost praćenja tehnoloških promjena od strane zaposlenika
- visoki troškovi ulaganja u tehnologiju
- problem zaštite podataka
- moguć kibernetički kriminal

Kontinuiranim osobnim razvojem te stjecanjem stručnih znanja svakodnevnim usavršavanjem zaposlenici pridonose kvalitetnom te produktivnom radu. Za uspješno komuniciranje pošiljatelj i primatelj poruke trebaju biti međusobno usklađeni. Kako bi kupci izabrali kvalitetan proizvod ili uslugu, zaposlenik banke će uvelike utjecati na to kroz osobine kao što su: ljubaznost, sigurnost te ozbiljnost. (Kunac, 2012:72)

Svakodnevno smo putem reklama i oglasa upoznati sa osobnom prodajom. Kod osobne prodaje prodavač bi kroz svoje osobine, stručno znanje, snalažljivost te dobru pregovaračku moć proizvod trebamo plasirati krajnjim korisnicima kako bi se ostvarilo zadovoljstvo s ciljem kupovine, odnosno prodaje. Kao kupci svi imamo različita razmišljanja i potrebe stoga je poznato kako svaki kupac ima određena pitanja vezano za proizvod ili uslugu koju namjerava kupiti. Prihvaćanjem, slaganjem kupac prihvaća argumente prilikom prodaje. Zadovoljstvo kupca ostvareno je kvalitetnim proizvodom ili uslugom. Marketing preuzima važnu ulogu današnjice, ponuda sadržaja trebala bi biti kvalitetna kako bi se postigla interaktivnost. Najznačajniji oblici marketinga su: Internet marketing, izravna prodaja, telemarketing. (Kunac, 2012:73)

Telefonskim marketingom omogućuje se brzina te fleksibilnost prilagođavanja kupcu, korisniku. Prilagodljivost klijentima osnovni je cilj bankarskih strategija. Banke marketinškim kampanjama najviše koriste: radio, televiziju, novine, dok je vanjsko oglašavanje manje prisutno. Za postizanje što boljih prodajnih rezultata marketinške kampanje važnu ulogu kod izbora medija preuzima njihova slušanost, gledanost te čitanost. Javljanjem novih medija kod komunikacije s klijentima javlja se veća kreativnost. Internet je najznačajniji oblik novih medija koji pruža mnoštvo prednosti u odnosu na klasične oblike marketinga, to su: virtualnost,

kreativnost, interaktivnost, usmjerenost na brzorastuće ciljno tržište, pristup informacijama te prodajni potencijal. S druge strane nedostacima smatramo: mogućnost prijevara; nesigurnost, pretrpanost, slab doseg, ograničena audio kvaliteta. Proteklom desetak godina javljaju se ogromne i brze promjene u bankarskom sustavu, koje proizlaze iz globalnih, političkih te tehnoloških promjena. Ovakav preokret nužan je te proizlazi iz rasta životnog standarda, javljaju se nove tehnološke mogućnosti te raste konkurencija. Susrećemo se sa oblicima samouslužnog bankarstva kao što su: bankomati, EFTPOS uređaji, usluge na mobilnim uređajima. Pomoću njih možemo vrlo brzo i lako doći do svih podataka te se odlučiti za najbolju ponudu. (Kunac, 2012:74)

6. Intervju

Proveden je strukturni intervju s voditeljicom RBA poslovnice u Prelogu te sa zaposlenicom Nove hrvatske banke podružnice Dugo Selo. Intervju sa voditeljicom RBA Prelog vođen je 8. rujna razgovorom u uredu. Provedeni intervju sa voditeljicom RBA trajao je 20 minuta.

1. Jesu li klijenti zadovoljni odabirom Vas kao njihove banke? Zašto?

Trudimo se svakom klijentu pomoći, ponuditi mu najbolje rješenje za njega i to klijenti cijene i zato su zadovoljni. Osim toga nudimo niz mogućnosti putem digitalnih kanala koje olakšavaju bankarsko poslovanje.

2. Kako uvjeriti klijenta da odabere baš vašu uslugu, ne uslugu neke druge banke?

Klijent je taj koji donosi odluku o svemu, pa tako i o odabiru banke. Upravo taj ljudski faktor i spremnost za pomoć može prevagnuti da klijent odabere upravo nas, kao i alati i proizvodi koje mu možemo ponuditi.

3. Preferirate li više osobni kontakt s klijentom ili digitalno (mobilno, Internet bankarstvo)?

S obzirom da radim u poslovnici preferiram osobni kontakt sa klijentom, jer na taj način i funkcionira rad u poslovnici. Klijenti puno toga mogu riješiti putem digitalnih kanala.

4. Koliko su klijenti zadovoljni mobilnim bankarstvom?

Klijenti su jako zadovoljni, u par klikova plaćaju uplatnice, kupuju bonove, plaćaju mobitelom u trgovinama, i uvijek imaju uvid u financije.

5. Koliko su klijenti zadovoljni Internet bankarstvom?

Ima klijenata koji preferiraju Internet bankarstvo i zadovoljni su njime. Sigurniji su korištenjem internet bankarstva na računalu, lakše se snalaze zbog veličine ekrana, i zapravo su navikli na korištenje internet bankarstva pa se ponekad ne žele okušati u korištenju mobilnog bankarstva.

6. Provode li se edukacije zaposlenika te koliko često? Navedite neke od edukacija.

Djelatnici se konstantno educiraju na svim poljima – od nacionalnog programa obuke HNB-a i HANFE, edukacije za novozaposlene i refresh edukacija za postojeće djelatnike, stanja na tržištu do prodajnih edukacija.

7. Smatrate li da su zaposlenici dovoljno educirani?

Da.

8. Smatrate li da ste dovoljno zaštićeni od eventualnih kibernetičkih napada?

Uzimajući u obzir vrlo visoku programsku zaštitu ukoliko se dogodi kibernetički napad, smatram da smo dovoljno zaštićeni od istih.

9. Što biste promijenili kod vašeg poslovanja?

U poslovanju naše poslovnice smatram da bi bilo korisno te učinkovito smanjenje papirologije na minimum – tamo gdje nam to dopuštaju zakonske regulative. Veliki broj dokumenata potrebno je zakonski čuvati kako je određeno.

Po povratku sa ljetovanja prilikom boravka u Dugom Selu, smatrala sam kako je to odlična prilika za intervju za zaposlenicom Nove hrvatske banke. Prema od prije planiranom te naposljetku ostvarenom cilju, dogovorno je proveden intervju u trajanju od 20- tak minuta. Prilikom intervjuiranja odgovori su bilježeni te su bili raspoloživi za daljnju interpretaciju.

1. Jesu li klijenti zadovoljni odabirom vas kao njihove banke? Zašto?

NHB d.d. zdrava je i jaka bankarska ustanova, sa kvalitetnim proizvodima i uslugama. Članstvo u grupi HPB-a, samo nam je donijelo još veći portfelj. Djelatnici su pristupačni, efikasni prema klijentima; što je zapravo i najbitnija stvar u uslužno-prodajnoj djelatnosti.

2. Kako uvjeriti klijenta da odabere baš vašu uslugu, ne uslugu neke druge banke?

Sami proizvodi i ponuda Banke je dosta kvalitetna i povoljna, što dosta olakšava rad bilo kojem djelatniku. Kada uz to dodate i osobne vještine klijent je Vaš!

3. Preferirate li više osobni kontakt s klijentom ili digitalno (mobilno, Internet bankarstvo)?

Osobno, preferiram osobni kontakt s klijentom, jer kroz glasovnu komunikaciju mnogo je lakše pristupiti klijentu, shvatiti njegovu potrebu, te istu i realizirati.

4. Koliko su klijenti zadovoljni mobilnim bankarstvom?

Aplikacija mobilnog bankarstva je nedavno u potpunosti ažurirana i u potpunosti prilagođena što lakšem korištenju iste; te su povratne informacije od strane klijenata jako pozitivne.

5. Koliko su klijenti zadovoljni Internet bankarstvom?

Većina fizičkih klijenta služi se uslugom mobilnog bankarstva, manje uslugom Internet bankarstva; što je obrnuto za poslovne korisnike. Poslovnim korisnicima praktičnije i pristupačnije je korištenje Internet bankarstva. Usluga je lako koristiva, pregledna je i samim time broj negativnih recenzija je vrlo malen.

6. Provode li se edukacije zaposlenika te koliko često? Navedite neke od edukacija.

Djelatnici zbilja imaju veliki izbor edukacija. Nekima od njih moramo pristupiti svi, kao npr. konverzija eura, edukacije GDPR, razni kibernetički napadi, razne interne edukacije o samom poslovanju Banke. Svaki djelatnik isto tako može individualno pohoditi neku od edukacija koje

su usmjerene na osobni rast i razvitak na radnom mjestu; asertivnost, prodaja u retail-u, marketing u retail-u.

7. Smatrate li da su zaposlenici dovoljno educirani?

Kako sam u prethodnom odgovoru spomenula vezano uz edukacije koje se provode, smatram da su djelatnici dovoljno educirani.

8. Smatrate li da ste dovoljno zaštićeni od eventualnih kibernetičkih napada?

Uzimajući u obzir jaku IT i HD podršku, te dovoljno edukacija na spomenutu temu, smatram da je ista na dovoljnoj razini.

9. Što biste promijenili kod vašeg poslovanja?

Kao djelatnik poslovnice, predložila bih prilagodljivost vremenskog period rada s klijentima i rada bez klijenata. Smanjila bih vremenski period rada s klijentima dok bi povećala vremenski period rada bez klijenata.

Provedbom strukturnog intervjua obiju banaka možemo reći da su klijenti zadovoljni odabirom navedenih banaka, zahvaljujući pristupačnim i susretljivim zaposlenicima. Ljudski faktor, spremnost za pomoć, osobne vještine upravo su ono što klijenta privuče kod odabira proizvoda i usluge određene banke. Obje banke preferiraju osobni kontakt s klijentom. Smatraju kako je klijentu lakše pristupiti putem direktne komunikacije, shvatiti njegovu potrebu te realizirati što je kvalitetnije moguće u korist klijenta. Klijenti su zadovoljni mobilnim bankarstvom koje je u potpunosti prilagođeno što lakšem i bržem korištenju, radi uštede velikog dijela vremena. Smatraju kako je korištenje Internet bankarstva sigurno i pouzdano, ističu glavnu karakteristiku: dostupnost u svakom trenutku za koje je potrebno jedino povezivanje s Internetom. Konstantno se provode edukacije zaposlenika poput: obuke HNB-a i HANFE, edukacije za novozaposlene, prodajne edukacije, edukacije vezane uz sigurnost poslovanja. Kroz visoku i snažnu programsku zaštitu obje banke dovoljno su zaštićene od eventualnih kibernetičkih napada.

7. Zaključak

Ubrzanim razvojem tehnologija te informatizacijom banke postaju neizostavan element bankarskog sustava. Prilikom prodajnog procesa služimo se brojnim vještinama, verbalnom i neverbalnom komunikacijom te spretnošću. Klijent koji predstavlja najveću vrijednost banke, na temelju odnosa sa zaposlenikom banke stvara mišljenje o banki hoće li ostati njenim klijentom ili ne.

Provedenim intervjuom možemo zaključiti kako je klijent taj koji donosi odluku o odabiru banke koje se trude u najvećoj mjeri pomoći im te ponuditi najbolje rješenje za njih kako bi se ostvarilo zadovoljstvo. Preferira se osobni kontakt s klijentom, jer se kroz kvalitetne govorne vještine lakše pristupa klijentu, shvaća njegova potreba te donose mjere za kvalitetnu realizaciju.



**IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU**

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, Tena Orehovec (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom poslovanja banaka Informacijsko-komunikacijski oblici suvremenog (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Tena Orehovec
(vlastoručni potpis)

Sukladno Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Ja, Tena Orehovec (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom poslovanja banaka Informacijsko-komunikacijski oblici suvremenog (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Tena Orehovec
(vlastoručni potpis)

8. Literatura

Knjige:

1. Gregurek, M. i Vidaković, N. (2011) Bankarsko poslovanje. Zagreb: RRiF plus.
2. Hudgins, S. C. i Rose P. S. (2015) Upravljanje bankama i financijske usluge. Osmo izdanje. Zagreb: MATE.
3. Luić, Lj. (2009) Informacijski sustavi. Karlovac: Veleučilište u Karlovcu
4. Matić, B. i Srb, V. (2002.) Bankarstvo. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku.
5. Mishkin F. S. (2010) Ekonomija novca, bankarstva, financijskih tržišta. Osmo izdanje. Zagreb: Mate
6. Strugar, I. i Varga, M. (2016) Informacijski sustavi u poslovanju. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet

Članci:

1. Kunac, J. (2012). Mediji, kultura i odnosi s javnostima: Bankarsko komuniciranje s javnostima, 3(1), 68-77. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/79539>

Znanstveni radovi:

1. Luić, L. (2015) Komunikacijski modaliteti integriranih informacijskih sustava. U: Rosić, V. & Karanović, B. (ur.) Zbornik radova Četvrte međunarodne znanstveno-stručne konferencije o leadershipu (PILC 2015) Liderstvo promjena : Ključ uspješnog rasta. Rijeka: Visoka poslovna škola PAR, str. 239-246

Kvalifikacijski radovi:

1. Barišić, D. (2021) Poslovni informacijski sustavi kao temelj današnjeg poslovanja. Završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet
2. Furjanić, H. (2014) Analiza bankarskog poslovanja u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Slavonski Brod: Veleučilište u Slavonskom Brodu
3. Glibo, K. (2020) Poslovni informacijski sustav i elektroničko poslovanje. Završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Ekonomski fakultet
4. Ivanić, K. (2021) Analiza poslovanja na primjeru velike banke u Republici Hrvatskoj. Završni rad. Zagreb: Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet
5. Popović, A. (2020) Pojam, funkcije i vrijednost novca. Završni rad. Osijek: Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera, Fakultet agrobiotehničkih znanosti

Internetski izvori:

1. Bankarstvo i osiguranje 3: udžbenik za 3. razred srednje strukovne škole zanimanja ekonomist <https://www.alkascript.hr/index.php/katalog-proizvoda/skola-za-zivot?format=raw&task=download&fid=493> (pristupljeno: 25. kolovoza 2022.)
2. Banke. <https://tockanai.hr/banke/> (pristupljeno: 25. kolovoza 2022.)
3. Digitalni identitet. <https://hr.theastrologypage.com/digital-identity> (pristupljeno: 25. kolovoza 2022.)
4. E-računi. <https://www.4d.hr/clanci/sto-su-e-racuni-i-sve-sto-trebate-znati-o-njima> (pristupljeno: 25. kolovoza 2022.)
5. Informacijski sustav e- bankarstva. http://www.efos.unios.hr/ict-u-bankarstvu/wp-content/uploads/sites/241/2013/04/pogl7_Info_sustav.pdf (pristupljeno: 24. kolovoza 2022.)
6. Interoperabilnost i otvoreni sustavi. https://elfarchive1718.foi.hr/pluginfile.php/53121/mod_resource/content/0/Prezentacije_predavanja/Interoperabilnost_i_otvoreni_sustavi.pdf (pristupljeno: 25. kolovoza 2022.)
7. Nova hrvatska banka. <https://www.novahrvatskabanka.hr/o-nama/o-novoj-hrvatskoj-banci/> (pristupljeno: 26. kolovoza 2022.)
8. Portal elektroničkih izvora za hrvatsku akademsku i znanstvenu zajednicu. <http://baze.nsk.hr/> (pristupljeno: 23. kolovoza 2022.)
9. Poslovni informacijski sustavi. <https://element.hr/wp-content/uploads/2020/06/unutra-13646.pdf>
10. Privredna banka Zagreb. <https://www.pbz.hr/gradjani/digitalno-bankarstvo/internetsko-bankarstvo.html> (pristupljeno: 28. kolovoza 2022.)
11. Raiffeisenbank Hrvatska. <https://www.rba.hr/o-nama/povijest> (pristupljeno: 27. kolovoza 2022.)

Prilog 1 : Pitanja za intervju

1. Jesu li klijenti zadovoljni odabirom vas kao njihove banke? Zašto?
2. Kako uvjeriti klijenta da odabere baš vašu uslugu, ne uslugu neke druge banke?
3. Preferirate li više osobni kontakt s klijentom ili digitalno (mobilno, Internet bankarstvo)?
4. Koliko su klijenti zadovoljni mobilnim bankarstvom?
5. Koliko su klijenti zadovoljni Internet bankarstvom?
6. Provode li se edukacije zaposlenika te koliko često? Navedite neke od edukacija.
7. Smatrate li da su zaposlenici dovoljno educirani?
8. Smatrate li da ste dovoljno zaštićeni od eventualnih kibernetičkih napada?
9. Što biste promijenili kod vašeg poslovanja?