

Internet bankarstvo

Sraga, Lora

Undergraduate thesis / Završni rad

2020

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Libertas International University / Libertas međunarodno sveučilište**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:223:275148>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-18**



Repository / Repozitorij:

[Digital repository of the Libertas International University](#)



**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

LORA (COPIC) SRAGA

**INTERNET BANKARSTVO
RAZVOJ SAMOPOSLUŽNOG BANKARSTVA I ANALIZA KORIŠTENJA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

ZAVRŠNI RAD

Zagreb, srpanj 2020.

**LIBERTAS MEĐUNARODNO SVEUČILIŠTE
ZAGREB**

Preddiplomski sveučilišni studij

Međunarodno poslovanje

INTERNET BANKARSTVO

**RAZVOJ SAMOPOSLUŽNOG BANKARSTVA I ANALIZA KORIŠTENJA U
REPUBLICI HRVATSKOJ**

KANDIDATKINJA: Lora (Copić) Sraga

KOLEGIJ: Financije

MENTORICA: doc. dr. sc. Ante Samodol

Zagreb, srpanj 2020.

SADRŽAJ

SAŽETAK/SUMMARY

1. UVOD	1
1.1. Svrha i cilj istraživanja.....	1
1.2. Metode korištene u istraživanju	2
1.3. Mjerni instrument i način obrade podataka.....	2
1.4. Hipoteze istraživanja.....	3
1.5. Pregled dosadašnjih istraživanja	3
1.6. Uzorak istraživanja.....	5
2. POVIJESNI RAZVOJ ELEKTRONIČKOG BANKARSTVA	6
3. FINANCIJSKE TEHNOLOGIJE KAO KLJUČ POSTIZANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI U MODERNOM BANKARSTVU.....	7
4. E-BANKARSTVO I PAMETNI MOBILNI TELEFONI KATALIZATOR PROMJENE	10
4.1. Komentar ankete: Analiza korištenja mobilnog bankarstva.....	12
5. BANKOMATI - KVALITATIVNI I KVANTITATIVNI PROGRES TRADICIONALNOG KANALA E- BANKARSTVA.....	14
5.1. Komentar ankete: Stupanj korištenja uplatne funkcije bankomata	15
6. DIGITALNI NOVČANICI KAO BUDUĆNOST BEZGOTOVINSKOG PLAĆANJA	17
6.1. Komentar ankete: Preferirani oblici bezgotovinskog plaćanja na prodajnim mjestima.....	18
7. PREDNOSTI <i>E-BANKARSTVA</i> ZA KORISNIKE USLUGE.....	20
7.1. Komentar ankete: Percipirana važnost pogodnosti e-bankarstva te pitanje sigurnosti	21
8. PREDNOSTI <i>E-BANKARSTVA</i> ZA DAVATELJE USLUGE	22
8.1. Komentar ankete: Naknade na platne transakcije	23
9. USPOREDBA KONZERVATIVNOSTI SKUPINA ISPITANIKA	24
9.1. Usporedba konzervativnosti muškaraca i žena	25
9.2. Usporedba konzervativnosti dobnih skupina ispitanika.....	26
9.3. Usporedba konzervativnosti obrazovnih skupina ispitanika	27
10. ZAKLJUČAK	27
POPIS LITERATURE.....	29
POPIS VIZUALIJA	32
DODATAK 1: ANKETA.....	33
DODATAK 2: SKALA KONZERVATIVNOSTI	36

SAŽETAK

U današnjem svijetu nezaustavljivog napretka tehnologije i brzine putovanja informacija, banke kako bi ostale kompetitivne na tržištu prisiljene su konstantno unaprjeđivati svoje proizvode i usluge te osmišljavati nova rješenja u svrhu zaštite vlastitih interesa i interesa klijenata. Bankarski sektor se tako pod utjecajem globalizacije sve više udaljava od fizičkog novca i osobnog kontakta s klijentima rušeći prostorna i vremenska ograničenja uvođenjem novih kanala distribucije. Internet, a posljedično i mobilno bankarstvo, svojom postupnom integracijom u društvo imaju tendenciju ostvarivanja opće prihvaćenog i primarnog načina komuniciranja između banaka i komitenata.

U ovom radu je pomoću odgovora ispitanika s područja RH na anketni upitnik prikazan trend korištenja elektroničkog bankarstva kao posljedice razvoja suvremenih tehnologija. Istraživanje je osmišljeno kao nadopuna postojećim radovima koji područje digitalnog bankarstva obuhvaćaju u manjem ili većem opsegu. Set pitanja u ovom anketnom upitniku osmišljen je kako bi se stekao širi uvid u navike i preferencije korisnika te se ispitalo zadovoljstvo građana postojećim uslugama kao i sklonost pri usvajanju novih. Varijable su pri tome analizirane prema nezavisnim varijablama: spolu, dobi i stupnju obrazovanja.

Ključne riječi: internetsko bankarstvo, mobilno bankarstvo, automatizacija, fintech

SUMMARY

In the world of unstoppable technological advancement and increased speed of information, banks are forced to constantly improve their products and services designing new solutions with the purpose of protecting their own interests, as well as interests of their clients. The banking sector is increasingly distancing itself from physical money and personal contact with clients by adopting new distribution channels. Internet banking nowadays has tendency to be generally accepted as the primary way of communicating between banks and customers.

The purpose of this paper is to show the trend of using e-banking as a consequence of modern technologies development. The research is designed as a completion to the existing researches that cover the area of digital banking in various scopes. The set of questions in this survey questionnaire was designed to gain a wider insight into users' habits and preferences as well as to examine satisfaction with existing services and willingness to adopt new ones. The variables were analyzed according to independent variables of sex, age and degree of education.

Key words: Internet services, automatization, technology, FinTech, internet banking, mobile banking.

1. UVOD

Elektroničko bankarstvo, *on-line* bankarstvo ili *e-Banking* prvi put se pojavljuje tijekom 80-ih godina prošloga stoljeća. Njegov intenzivniji razvoj potaknut je implementacijom Internetske tehnologije u sve sfere društva i poslovanja. Integracija Interneta u sve sfere društva potaknula je banke, po prirodi vrlo konzervativne institucije, na promjenu poslovne strategije i razvoj suvremenih tehnoloških rješenja korištenjem elektronske tehnologije i bankarskom poslovanju (Panian, 2000). Konstantnom implementacijom tehnoloških noviteta modernizacija internih poslovnih procesa proširila se na informatizaciju nacionalnih i internacionalnih elektronskih platnih sistema, a potom i na sam rad s korisnicima putem digitaliziranih kanala vršenja bankarske aktivnosti. Iako se s javnošću u početku održavala isključivo jednosmjerna komunikacija sa svrhom približavanja potencijalnim korisnicima, tek je dvosmjerni oblik komunikacije potencijalnim i postojećim korisnicima u potpunosti omogućio pristup potrebnim informacijama i službi za korisnike (Brčić 2018). Zahvaljujući konstantnom padu graničnih troškova banaka za implementaciju e-usluga i progresivno sve pristupačnijih kanala distribucije (računala, mobilni uređaji, Internet), Internetska tehnologija je naposljetku implementirana i u područje transakcija što u konačnici dovodi do eksponencijalne popularizacije e-bankarstva.

1.1. Svrha i cilj istraživanja

Svrha ovog praktičnog istraživanja, obavljenog za potrebe završnog rada preddiplomskog studija sveučilišta Libertas, je steći uvid u stav građana Republike Hrvatske o postojećim ponudama i uslugama samoposlužnog bankarstva te njihovu sklonost pri usvajanju novih oblika usluga.

Cilj je pritom eksplanatorno iskazati u kojoj mjeri je mišljenje i privrženost građana postojećim uslugama povezano sa sklonošću prihvatanja novih oblika digitaliziranih proizvoda i usluga iz područja samoposlužnog bankarstva. Također se ispituje postojanje korelacije između korištenja naprednijih bankarskih usluga i otvorenosti ka daljnjem unaprjeđenju uslužnog dijela bankarskog sektora. Na temelju podataka dobivenih iz ankete istražuje se kauzalnost između varijabli koje se pritom analiziraju s obzirom na dob, spol i stupanj obrazovanja.

Rad je koncipiran tako da su unutar određenih poglavlja dani su komentari anketnih odgovora relevantnih za praktičnu nadogradnju predstavljenih teorijskih znanja.

1.2. Metode korištene u istraživanju

Istraživanje s područja primjene Internet bankarstva na području RH relativno je razrađena tema s time da je svako istraživanje nerijetko fokusirano na specifičan uži segment. U ovom radu se postavljenim setom pitanja nastojalo općenito obuhvatiti mišljenje građana o pojedinim uslugama te odrediti koje su skupine najprilagodljivije, a koje najtromije prilikom integracije novih usluga samoposlužnog bankarstva u svoju rutinu plaćanja. Metoda korištena u ovom radu su je metoda deskripcije tj. opisivanje rezultata dobivenih istraživanjem.

1.3. Mjerni instrument i način obrade podataka

Mjerni instrument ovog rada je anketni upitnik proveden u studenom 2018. godine (priložen na kraju rada) koji se sastoji od četrnaest pitanja složenih logičkim redoslijedom. Šest pitanja ispituju objektivne činjenice o ispitaniku i u analizi su korištena za ukrštavanje varijabli, dok su preostala pitanja subjektivne prirode s ciljem testiranja postavljenih hipoteza. Ispitat će se stav prema naknadama, upoznatost s beskontaktnim oblicima plaćanja te preferencije načina realiziranja platnih transakcija. U anketu je također uključeno pitanje o percepciji sigurnosti te prognozi budućnosti financijskog sustava. Anketni upitnik prikazan je u Dodatku 1 priloženom na kraju rada.

Anketni upitnik u formi anonimne Google ankete ispitanicima je distribuiran aktivnim putem preko Interneta kako bi uzorak ankete bio što veći i sa što većom raznolikošću ispitanika. Anketa je oglašavana na stranicama društvene mreže Facebook koje su anketu bile voljne objaviti. Negativni aspekt ovako odabranog uzorka je što je reprezentativnost uzorka ograničena autoselekcijom sudionika koja se očitovala u nejednakom odazivu žena i muškaraca te raznih dobnih skupina. Bez obzira na objavljivanje ankete u umirovljeničkim grupama odaziv umirovljenika nije bio značajan.

Dobiveni podaci analizirani su računalnim programom Microsoft Excelu zbog jednostavnosti korištenja i mogućnosti dobivanja svih potrebnih rezultata za testiranje hipoteza.

1.4. *Hipoteze istraživanja*

Sukladno postojećoj literaturi, te u odnosu na postavljenu problematiku i ciljeve istraživanja postavljene su polazne hipoteze:

H1: Mobilno bankarstvo kao najpopularniji oblik plaćanja pada sa životnom dobi ispitanika (str)

H2: Građani smatraju kako im se prilikom plaćanja računa obračunavaju previsoke naknade (str)

H3: Postoji značajan interes za novi oblik beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem (str)

H4: Bezgotovinske oblike plaćanja na prodajnim mjestima značajno su popularniji u odnosu na gotovinu (str)

H5: Ispitanici smatraju kako su transakcije obavljene u poslovnica banaka sigurnije od Internetskih (str)

1.5. *Pregled dosadašnjih istraživanja*

Internet bankarstvo je od svojih početaka pa do danas relativno atraktivno i dinamično područje pa stoga ne začuđuje da su tu temu provedena i mnoga istraživanja. Mnogi su istraživači raznim mjerilima nastojali su odrediti kvalitetu bankarskih usluga, kako u tradicionalnom, tako i u Internet bankarstvu. Stručna literatura korištena za izradu ovog rada obuhvaća kako empirijska, tako i teorijska istraživanja iz područja bankarskog poslovanja i digitalizacije bankarskog sektora te aktualne internetske izvore provjerenih izdavatelja. U radu su kao nadopuna teoriji također korišteni grafički i tablični statistički prikazi te relevantne ilustracije. U daljnjem tekstu izdvojen je kratki pregled dosadašnjih istraživanja na ovu temu:

Mols-ovo istraživanje iz 1999. pokazalo je kako je širenje elektroničkog bankarstva više određeno prihvaćanjem proizvoda od strane korisnika nego ponudom proizvoda od strane prodavatelja. **O'Connel-ovo** istraživanje iz 1996. pokazalo je da je spori rast korištenja usluga e-bankarstva posljedica problema sigurnosti, neinformiranosti i nedostupnosti računala.

Istraživanje koje je **Al-Smadi (2012)** proveo na 387 korisnika bankarskih usluga u Jordanu pokazalo je kako su percipirana korisnost i jednostavnost usluge značajno utjecali na stav građana prema elektroničkoj bankarskoj usluzi. Naglašava kako bi banke trebale isticati punu funkcionalnost svojih e-usluga putem masovnih medija i tako stvarati pozitivne asocijacije te omogućiti davanje povratnih informacija. Nadalje, otkrio je značajnu pozitivnu povezanost između percipiranog rizika i odbijanja prihvaćanja nove usluge.

Alyiu, Younus i Tasmin iz Nigerije su u svom teorijskom istraživanju iz 2012. zaključili kako banke kako bi se približile korisnicima moraju postati "user friendly", uvesti napredne enkripcijske metode

podataka, povećati svjesnost građana o novim proizvodima i pobrinuti se da provizije na e-transakcije ne prelaze iznos provizija fizičkih transakcija

Güler, Özdağoğlu (2016.) u svom su radu istraživali fuzzy AHP i TOPSIS metode u određivanju pokazatelja kvalitete u uslugama e-bankarstva državnih i privatnih banaka u Turskoj.

Lusaya, Kalumba (2018) su svojim istraživanjem na 50 korisnika bankarskih usluga iz Zambije zaključili kako su dostupnost i jednostavnost informacija, stupanj obrazovanosti stanovništva i cijena usluge nužni za kvalitetno prihvaćanje novih bankarskih e-usluga. Također su ustanovili kako problem sigurnost, koji je po mnogima najvažnija karika, nije ključan za njihovu adaptaciju i korištenje.

Istraživanja ovog područja na teritoriju Republike Hrvatske najčešće su potaknuta od strane kartičnih institucija. Jedno od njih je istraživanje **Mastercarda** (2018) o upoznatosti građana s mogućnošću beskontaktnog plaćanja. Online istraživanje provedeno na 1.027 korisnika bankarskih usluga u dobi 18-55 godina pokazalo da 95% Hrvata koristi kartice, a čak 73% njih plaća beskontaktno. U istraživanju također stoji kako: "Račune za vodu, struju, plin i ostale režije ispitanici sve manje plaćaju gotovinom, a sve više online". Kao glavni način plaćanja izdvojeno je online bankarstvo (50%), mobilno bankarstvo (39%), te plaćanje u poslovnicama pošte ili Fine (22%). Ključni razlozi za fizičke transakcije su redom: korištenje isključivo gotovine (52%), sigurnost plaćanja u poslovnicama banke (18%) i nekorištenje internetskog/mobilnog bankarstva (13%). Ističu također kako je više od polovice ispitanika „zainteresirana za inovativnije načine plaćanja prislanjanjem mobilnog uređaja na POS terminal te plaćanje putem mobilne aplikacije."

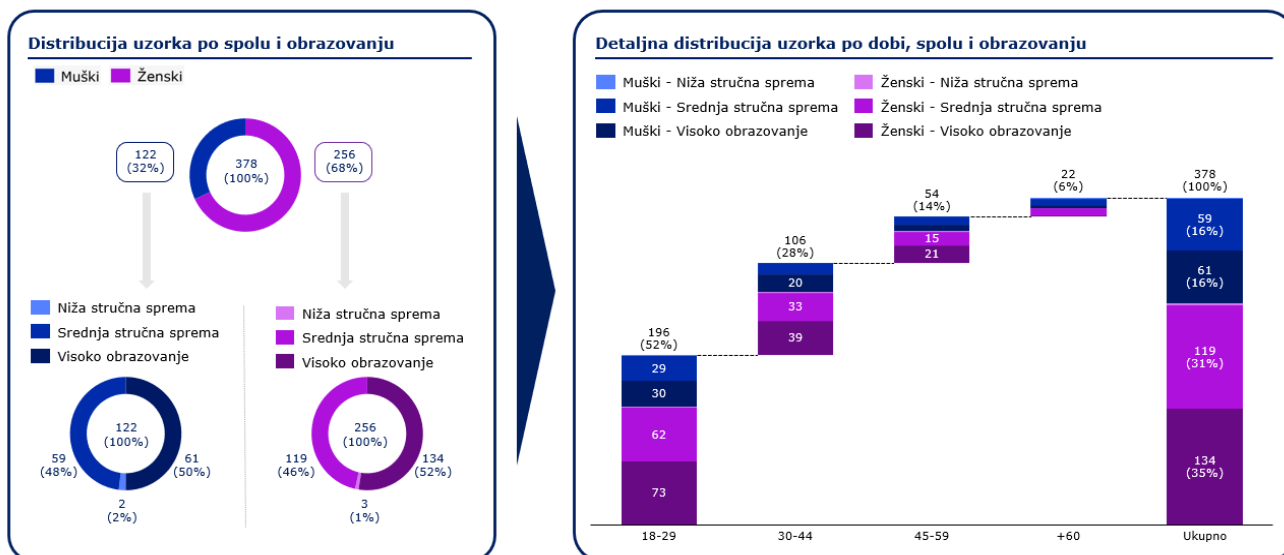
Državni zavod za statistiku (u svom izvještaju *Primjena informacijskih i komunikacijskih tehnologija u kućanstvima i kod pojedinaca* iz 2017.) navodi kako 50 % ispitanika Internet koristi za usluge e-bankarstva, dok prema istraživanjima Eurostata iz 2018. Hrvatska je značajno ispod prosjeka s oko 30 posto korisnika online bankarstva. U pogledu visine transakcijskih naknada, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja ističe kako Hrvatska spada među zemlje „s visokim naknadama prilikom obavljanja platnih transakcija korištenjem platnih kartica. Prosječne naknade u većini zemalja EU su niže od 1 posto."

Istraživanje koje je za Visu proveo Ekonomski institut u Zagrebu (EIZ) 2017., pokazalo je da bi: "...73 posto građana voljelo da se sve javne usluge u Hrvatskoj mogu plaćati kartično ili elektronski. Ovo istraživanje nam govori da Hrvati i dalje vole plaćati gotovinom. Međutim, oni su voljni plaćati bezgotovinski i prepoznaju prednosti takvog plaćanja." Istraživanje je također otkrilo kako 60% muškaraca i 40% žena preferira gotovinska plaćanja i ne koriste kartično ili elektronsko plaćanje. Predviđa se kako će do 2020. godine u Europi biti više bezgotovinskih od gotovinskih transakcija, te da će taj trend biti vidljiv i na hrvatskom tržištu.

Glavan i Ćibanić (2015) svojim istraživanjem: *Analiza korištenja Internet bankarstva među studentskom populacijom u Republici Hrvatskoj* pokazali su kako 96.7% studenata koristi Internet

bankarstvo jer im olakšava postupak provođenja platnih transakcija. Također su zaključili kako korištenje usluge Internet bankarstva u RH još uvijek nije dovoljno zaživjelo, a glavni razlog leži u činjenici kako građani još uvijek nisu uvjereni u sigurnost Internet transakcija. Drugi razlog je velik udio starijeg stanovništva koje preferira provjerene, tradicionalne načine plaćanja.

1.6. Uzorak istraživanja



Grafikon 1: Sistematizacija autora

Ciljano stanovništvo ovog istraživanja bili su punoljetni građani Republike Hrvatske s pristupom Internetu i pametnom telefonu. Konačni anketni uzorak obuhvatio je 378 pojedinaca od čega 68.46% žena i 31.54% muškaraca. Najveći udio uzorka čini starosna skupina 18-29 godina koja je zastupljena s 52%, a najmanji skupina +60 sa samo 6%. 51.28% ispitanika je visoko obrazovano, 47.18% ima srednju stručnu spremu, dok samo 1.54% spada u kategoriju niže stručne spreme. Iz dobivenih podataka vidimo kako su postotne raspodjele kod obrazovnih i dobnih skupina između žena i muškaraca podjednake, s tim da su se žene iz svake skupine odazvale na ispitivanje u otprilike duplo većem broju od muškaraca.

Iako se na anketu se ukupno odazvalo 390 pojedinaca, odgovori ispitanika koji se ne koriste pametnim mobilnim uređajem nisu uzeti u daljnju analizu dok je 96.92% ispitanika ispunilo prethodni kriterij. Takav visoki udio korisnika smartphona bio je očekivan uzevši u obzir elektronski distribuiranu anketu koja zahtjeva upoznatost s korištenjem Internetske tehnologije.

2. POVIJESNI RAZVOJ ELEKTRONIČKOG BANKARSTVA

Iako se sam začetak *e-bankarstva* često veže se uz Western Unionov telegraf koji je nakon 1860. postao uobičajen način transfera novca, Internet bankarstvo kakvog poznajemo danas seže u ne tako daleku 1981. godinu kada su četiri velike New Yorške banke (Citibank, Chase Manhattan, Chemical and Manufacturers Hanover) svojim klijentima ponudile uslugu kućnog bankarstva (Marić, 2018). Nedugo nakon toga *Nottingham Building Society* je u suradnji s *Bank of Scotland* na tržište Velike Britanije 1983. godine plasirao Homelink – sustav pomoću kojeg se putem televizora spojenog na telefonsku liniju moglo pristupiti bazi podataka potrebnih za obavljanje platnih transakcija, dobiti korisničku podršku ili čak zatražiti odobrenje kredita (Waupsh, 2017). Međutim, trebalo je proći više od desetljeća kako bi došlo do široke popularizacije korištenja Internetskih tehnologija i kako bi se konačno uvidio puni potencijal takvog sistema poslovanja. *Stanfors Federal Credit Union* bila je prva financijska institucija koja je 1994. svojim korisnicima u SAD-u predstavila uslugu Internet bankarstva (Allums, 2014), a već 1995. osnovana je prva banka koja se bavila isključivo poslovanjem putem interneta *Security First Network Bank* (Krpina, 2015) U početku je takva vrsta tehnologije bila teško dostupna i vrlo skupa, no masovnom implementacijom njena cijena značajno pada i s vremenom postaje sve pristupačnija prosječnom korisniku (Marčić, 2018).

Utjecaj tehnologije na bankarstvo se može razmatrati kroz nekoliko faza (Panian, 2013):

- (1) Inicijativa: Menadžment spoznaje koristi primjene suvremene tehnologije kao osnovu za stjecanje konkurentske prednosti, povećanje produktivnosti i kvalitete poslovanja
- (2) Interaktivnost: On-line bankarstvo omogućuje korisnicima da dio posla obave sami čime dolazi do ukidanja obave dolaska klijenta osobno u banku
- (3) Personalizacija: Prilagođavanje usluge potrebama, željama i preferencijama klijenata
- (4) Virtualizacija: razvoj ideje o stvaranju virtualnih banaka.
- (5) Pokretljivost (21. st.): Ekspanzija mobilnih uređaja i povećana pokretljivost stanovništva

Danas je elektronički način poslovanja najsuvremeniji organizacijski oblik kojem teže svi gospodarski subjekti orijentirani na agresivno osvajanje konkurentnih tržišnih pozicija i intenzivno ulaganje u razvoj. Temeljni motivi za takvu implementaciju su ponajprije: (1) optimalno iskorištavanje resursa; (2) ostvarenje konkurentske pozicije u usporedbi s konkurencijom; (3) poboljšani poslovni i financijski učinci; (4) investicija za budućnost; (5) socijalne, političke, makroekonomske i psihološke koristi. (Panian, 2000)

Pionir Internet bankarstva na hrvatskom tržištu bila je Varaždinska banka 1997. sa svojom pojednostavljenom Internet uslugom ograničenom isključivo na pregled računa. Ostatak hrvatske

bankarske industrije priključio se trendu s pokojom godinom zakašnjenja zbog nedostatka zakonske regulative kao i informatičke pismenosti građana, a slična slika mogla se vidjeti i u ostatku zemalja srednjoistočne i istočne Europe. Čak i nakon donesenog *Zakona o platnom prometu* iz 2001. godine, kada su komercijalne banke uz FINU dobile mogućnost obavljanja platnog prometa, samo se 1% hrvatskih građana koristilo Internet bankarstvom, a niti sama upoznatost građana nije bila znatno veća. (Brčić, 2018)

3. FINANCIJSKE TEHNOLOGIJE KAO KLJUČ POSTIZANJA KONKURENTSKE PREDNOSTI U MODERNOM BANKARSTVU

Transformacija bankarskog poslovanja potaknuta je promjenama u vrijednostima, načelima i uvjerenjima ljudi te njihovog načina života (Panian, 2000). Svjesne kako u kompetitivnom sektoru kao što je bankarstvo neće moći opstati bez pravovremenog odgovora na nove tržišne izazove, banke danas međusobno vode svojevrsnu bitku u postizanju konkurentskih prednosti. Jedna od bitaka vodi se na području samoposlužnog bankarstva¹ tj. korištenja financijskih tehnologija u svrhu rušenja vremenskih i prostornih granica bankarskog poslovanja. Pritom intelektualni kapital tj. nematerijalna imovina, koja podrazumijeva specifična profesionalna znanja, vještine, tehnologiju i komunikaciju s potrošačima, omogućuje bankama da stvore „konkurentsku oštricu na tržištu“ (Krstić 2009). U prilog tome govori i istraživanje Statiste u kojem stoji kako je: "U 2016. godini 47% španjolskih i 43% istočnoeuropskih potrošača izjavilo je da su spremni zamijeniti svoju banku ili osiguravatelja ako ne nude suvremena rješenja za financijske usluge."

FinTech tj. financijska tehnologija podrazumijeva upotrebu tehnologije u svrhu pronalaženja optimalnih financijskih rješenja. Posljednjih godina broj FinTech aplikacija porastao je za visokih 30%. Te su aplikacije u globalu vrlo raznolike, ali najveću popularnost kontinuirano zadržavaju kategorije vezane uz kredite, štednju, novčane transfere te kupovanje kripto valuta. Napredak i razvoj na tom polju omogućen je zahvaljujući izdašnim ulaganjima svjetskih banaka kao glavnih klijenata financijskih tehnologija s adekvatnim sredstvima koja su spremni utrošiti u tu svrhu. Najviše se pritom ulaže u e-bankarstvo, blockchain tehnologije i umjetnu inteligenciju. U istraživanju Statiste također se navodi kako je vrijednost uloženog kapitala u FinTech kompanije krajem 2017. godine u Europi iznosila gotovo 2,1 milijardi dolara. U današnje vrijeme 80% banaka ima neku vrstu suradnje s FinTech kompanijama pa ne začuđuje kako postaju sve utjecajnije partneri financijskim institucijama u njihovoj borbi za konkurentnost, optimizaciju poslovanja i naravno - povećanje profita. S obzirom na stalno

¹ Neke od najpoznatijih usluga koje obuhvaća smaoposlužno bankarstvo su: bankomati, EFTPOS, Telebanking, Home banking, Internet banking (e-banking), SMS-banking i m-banking (Rončević, 2006).

mijenjajuće zahtjeve tržišta formiraju se posebni odjeli u bankama koji analiziraju trendove i zahtjeve novih generacija i sukladno tome se formiraju nova FinTech rješenja. (Marčić, 2018)

Iz prethodno navedenih razloga banke imaju tendenciju neprestanog unaprjeđivanja svojih tehnologija kako bi korisnicima ponudili najefikasnija i najinovativnija rješenja te tako održali dinamičnost u tržišnom nastupu. Takva inovativna rješenja su u posljednjih 30-ak godina dovela do značajnih promjena u strukturi poslovanja stoga nimalo ne začuđuje kako se današnji pristup uvelike razlikuje od „tradicionalnog pristupa“ korisnicima. Tradicionalno su banke svoju kompetitivnost bazirale na broju poslovnica i zaposlenika, što je sobom neizbježno povlačilo i visoke fiksne, varijabilne i oportunitetne troškove. Hadžić (2009) kao glavne karakteristike tradicionalne banke navodi:

- (1) Prikupljanje depozita i odobravanje kredita kao primarna djelatnost
- (2) Posrednik u transakcijama bez interesa za zahtjeve i potrebe klijenata
- (3) Neosjetljivost na konkurenciju zbog potražnje za kreditima koja je na tržištu veća od ponude
- (4) Proizvoljan način planiranja i realizacije tržišnog rasta
- (5) Vrlo ograničena paleta proizvoda i usluga
- (6) Naglasak na broju organizacijskih dijelova
- (7) Korištenje bankarskih usluga isključivo u poslovnicama banke

Elektronske usluge značajno su smanjile potrebu za fizičnom radnom snagom, a time i vidno utjecale na troškove industrije. „Kako banke postaju veće i virtualnije, njihova se tržišta sve više raspršuju te ih postaje sve teže prostorno definirati ili identificirati s određenim zajednicama (Shea, 1995)“. Kvantitativna bitka za konkurentnost preusmjerena je na kvalitativno natjecanje u plasmanu poboljšanih usluga za sve zahtjevnije korisnike. Samoposlužnim bankarstvom u području transfera novčanih sredstava i uvođenjem dodatne ponude u svoju lepezu usluga (e.g. osiguranja, investicijski fondovi) banke su nastojale uskladiti bankarsko poslovanje s konstantno mijenjajućim zahtjevima tržišta i odgovoriti na njegove suvremene izazove. Porast životnog standarda i povećanje informatičke pismenosti građana prisilio je banke da razviju „customer oriented mindset“ tj. pristup kreiran po zahtjevima korisnika – sasvim suprotno od filozofije njegovane u vrijeme tradicionalnog bankarstva kada su banke prvobitno bile orijentirane na sebe (Rončević 2006).

Rončević (2006) također ističe kako su jačanje konkurencije, regulatorno okruženje i standardni poslovni izazovi primorali banke počnu razvijati prodajnu filozofiju temeljenu na tehnološkim inovacijama. Takve inovacije s vremenom su otvorile mogućnost za:

- (1) Smanjene fiksnih i varijabilnih troškova
- (2) Povećanje tržišnog udjela upoznavanjem klijenata s opcijom samoposlužnog bankarstva
- (3) Ostvarivanje masovne komunikacije uz niske troškove
- (4) Kvalitetniju komunikaciju s korisnicima
- (5) Znatno jeftiniji i efikasniji načini marketinške promocije
- (6) Unaprjeđenje postojećih proizvoda i usluga
- (7) Uvođenje novih djelatnosti i usluga

Tako je u konačnici došlo do udaljavanja od tradicionalne bankarske filozofije i prijelaza na moderno bankarstvo prilagođeno potrebama novog globaliziranog tržišta. Takvo moderno bankarstvo se prema Rončeviću (2006) temelji na sasvim drugačijim karakteristikama:

- (1) Klijent je u većoj mjeri svjestan željenog ishoda komunikacije i usluge koju želi primiti
- (2) Klijentu je olakšan pristup informacijama na temelju kojih je u moguće detaljnije analizirati kompatibilnost između bankarskih usluga i svojih potreba
- (3) Odluke o pojedinostima pružanja usluga često se oblikuju tek u suradnji s klijentom
- (4) Proširena je lepeza i varijabilnost proizvoda i usluga koje banke pružaju kroz svoje poslovanje
- (5) Ta proširena ponuda u poslovanju mora nadmašiti potražnju od strane klijenata
- (6) Pojačan je naglasak na istraživanje tržišta
- (7) Zaposlenici su primorani konstantno unaprjeđivati informiranost i vještine vezane za usluge koje pružanju
- (8) Fokus je prebačen s prihoda od kamata na dohodak ostvaren putem naknada (provizija)
- (9) Konkurencija je velika i klijenti imaju veću informiranost pa odbijaju plaćati za nekvalitetne proizvode i usluge

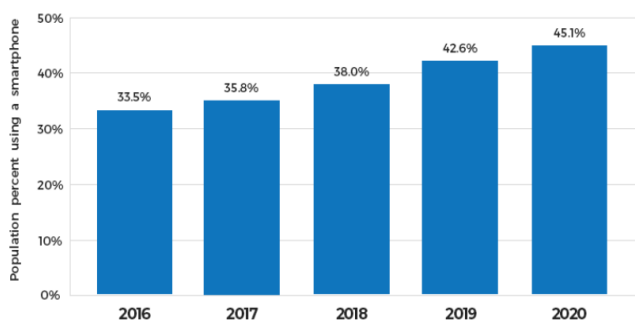
Cilj svake banke tradicionalne i suvremene banke je sljedeći potrebe tržišta proširiti svoje poslovanje, povećati profitabilnost i efikasnost te ostvariti što bolju interakciju s postojećim i potencijalnim komitentima. Takav cilj je danas ostvariv samo uz brisanje prostorno-vremenskih ograničenja i konstantnom modernizacijom poslovanja koja se kreće u smjeru identificiranja zahtjeva segmentiranih tržišta, kreiranja specifičnih proizvoda za segmentirana tržišta te konstantnog zadržavanje vrijednosti za specifični tržišni segment (Rončević 2006).

4. E-BANKARSTVO I PAMETNI MOBILNI TELEFONI KATALIZATOR PROMJENE

Danas je pojam elektroničkog ili skraćeno *e-bankarstva* kao svojevrsnog „krajnjeg stanja tehnološke ravnoteže u bankarstvu“ (Shea 1995) intuitivno blizak gotovo svim građanima. Vukanović (2006) ga konkretnije definira kao skup različitih tehnika i metoda obavljanja financijskih transakcija putem telekomunikacijskih i informacijskih kanala distribucije gdje je primarna funkcija osigurati efikasan način isporuke standardnih bankarskih proizvoda i usluga krajnjim korisnicima. E-bankarstvo se pritom dijeli u 3 podskupa: Internet bankarstvo, telefonsko bankarstvo te ostale elektroničke kanale poput bankomata i mobilnih telefona (Chavan 2013). Prije komercijalizacije pametnih mobilnih uređaja e.i. Smartphonea, Internet bankarstvo bilo je najčešće korišten oblik *e-bankarstva* s prosječnim godišnjim rastom od 3,9% (Maričić, 2018). Internet bankarstvu se preko računala može pristupiti izravno putem On-line servisa instaliranjem financijskog softvera (e.g. Quicken, Microsoft Money) koji osigurava enkripciju, pristup sredstvima te povećanje i zaštitu aktive (Brčić, 2018). Takav pristup je prvobitno namijenjen korporativnom poslovanju dok privatni korisnici koriste sigurne web preglednike kao posredne distribucijsko-komunikacijske kanale.

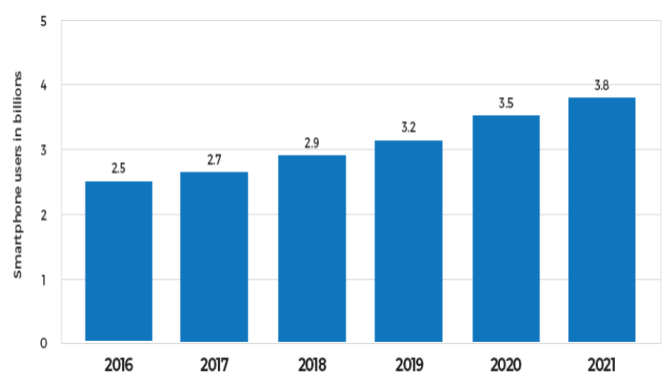
Trenutno najpopularniji oblik pristupa e-bankarstvu je mobilno bankarstvo ili *m-banking* kao posljedica popularizacije pametnih mobilnih uređaja. Prema istraživanju T-Mobilea više od polovice Hrvata posjeduje pametni mobilni telefon, s 92% njih redovito koristi mobilni Internet. "Pametne telefone najviše koriste obrazovaniji, mlađi korisnici među kojima su posebno studenti i učenici, kao i osobe s višim prihodima u kućanstvu (Rapačić Brešković, Kadiu)".

Grafikon 2: Globalni udio korisnika pametnih mobilnih uređaja (mlrd)



Izvor: Worldometers U.N. data, GSMA Intelligence
<https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>

Grafikon 3: Globalni broj korisnika pametnih mobilnih uređaja (mlrd)



Izvor: Statista <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>

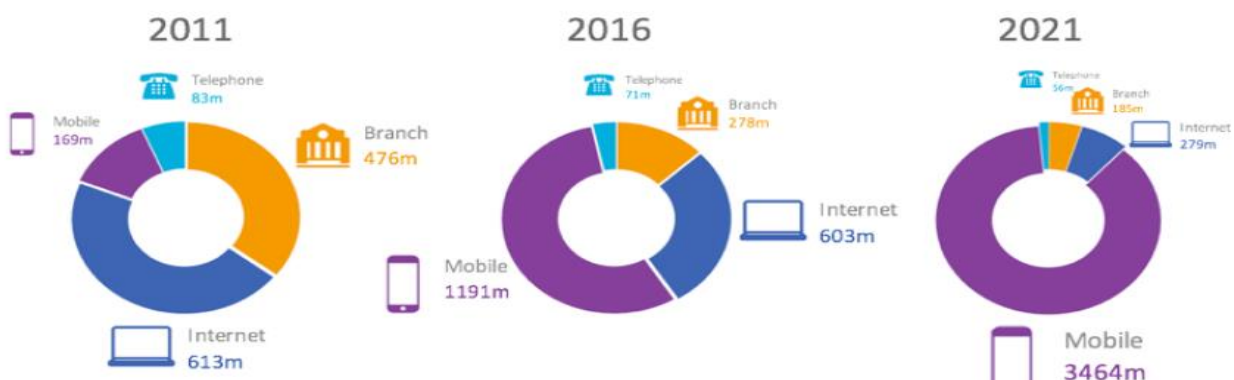
Iz grafova 2 i 3 vidimo kako broj korisnika pametnih mobilnih telefona raste iz godine u godinu. U samo 4 godine postotak svjetske populacije koja koristi smartphone narastao je s 33% u 2016. godini na 45.19% u 2020. godini. Procjene pokazuju da trenutno na globalnoj razini između 61.43% (Statista)

i 69,23% (GSMA) ljudi posjeduje neku vrstu mobilnog telefona, a predviđa se da će 2021. godine taj broj u svijetu prijeći 7 milijardi korisnika. Kada se promatraju isključivo Statistini podaci za pametne mobilne telefone taj je broj nešto manji i iznosi 44.98% trenutne populacije tj. oko 3.5 milijardi ljudi. S obzirom na porast životnog standarda, smjenu generacija i konstantno padajuću cijenu tehnologije, dolazi do progresivnog pada korisnika klasičnih mobitela i značajnog rasta broja korisnika smartphonea. U posljednje 4 godine taj rast je iznosio impresivnih 40% (Statista).

Istraživanje demografske distribucije mobilnih telefona u Sjedinjenim Američkim Državama pokazalo je kako korištenje pametnih mobilnih uređaja pada sukladno dobi stanovnika od 94% za dobnu skupinu 18-29 na samo 46% za generacije iznad 60 godina. Također se ističe kako je korištenje smartphonea primjetno veće u urbanim (83%) nego u ruralnim (65%) krajevima, te da značajno ovisno o stručnoj spremi: stanovništvo s nižom stručnom spremom bilježi samo 57% korisnika smartphonea dok isti koristi iznad 90% građana visoke stručne spreme.

Sukladno iznesenim rezultatima možemo zaključiti kako smjena generacija, unaprjeđenje infrastrukture ruralnih naselja i povećanje obrazovanja stanovništva dovodi do značajnog pomaka u korištenju smartphonea pa tako i *e-bankarstva*. Očekivani porast korisnika smartphonea na 7.3 mlrd. do 2023. godine (Statista) stoga ima potencijal generirati milijarde novih korisnika mobilnih bankarskih usluga i tako dodatno odmaknuti bankarski sektor od tradicionalnog načina poslovanja.

Razlika između Internet i mobilnog bankarstva zapravo se svodi isključivo na uređaj kojim se pristupa softveru banke i sukladno tome prilagođenom korisničkom sučelju (Brčić, 2018). Takvi interaktivni kanali omogućuju korisnicima pristup informacijama i obavljanje financijskih transakcija bez fizičke prisutnosti klijenata u prostorijama banke. Broj korisnika mobilnog bankarstva 2017. godine prešao milijardu korisnika i od tada bilježi konstantni rast (Marčić, 2018). Rast popularnosti i razlog što danas predstavlja najpopularniji način pristupa bankarskim uslugama leži u njegovim brojnim pogodnostima poput mobilnosti, jednostavnosti, preglednosti i integriranost usluga. Maričić (2018) na primjeru Zagrebačke Banke navodi kako korisnici posjećuju poslovnice 1-2 puta mjesečno, bankomate uglavnom ne koriste više od 4 puta na mjesec, dok m-zaba aplikaciju otvaraju u prosjeku 24 puta mjesečno.



Grafikon 4: Promjena trenda komunikacije i poslovanja korisnika s bankama kroz godine
Izvor: Marčić (2018), Caci www.caci.co.uk/news/press-release/bank-branch-visits-dwindle-2022

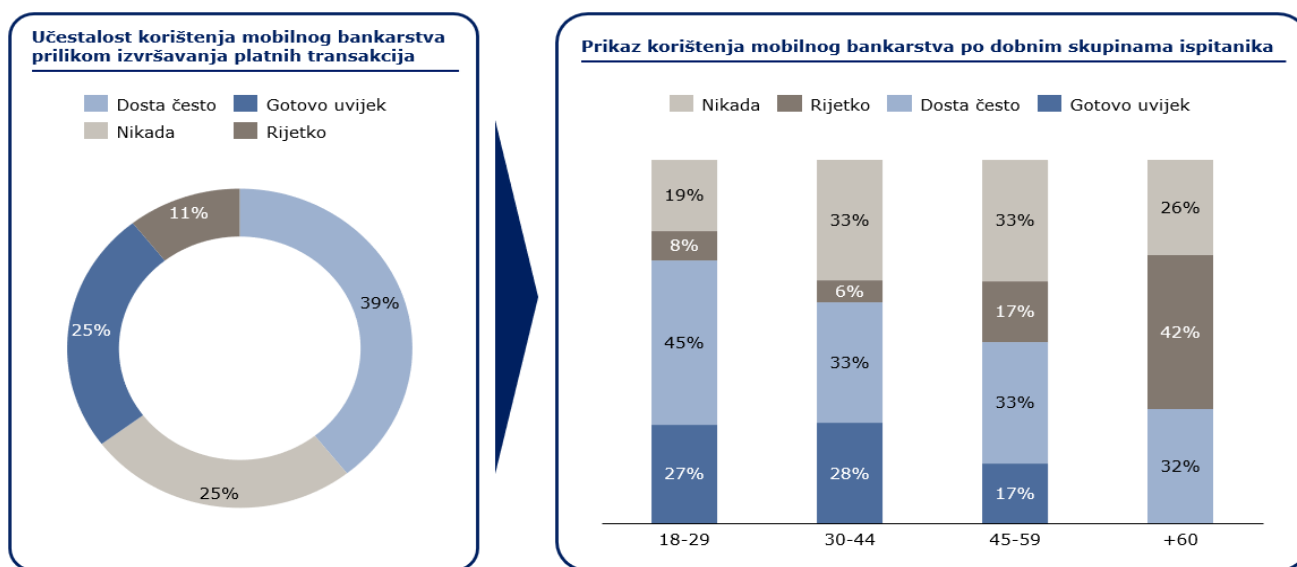
M-banking se dijeli na 3 pod-grupe : SMS-bankarstvo putem tekstualnih poruka koje u današnje se vrijeme rijetko koristi zbog nepraktičnosti i ograničenosti usluga koje pruža; bankarstvo putem mobilnog weba koje predstavlja najizravniji način zamjene Internet bankarstva putem web preglednika na računalu; te naposljetku putem posebno prilagođene mobilne aplikacije koja jednostavnom instalacijom na pametni telefon omogućuje olakšano i „customer friendly“ korištenje bankarskih usluga (Moj-Bankar.hr).

Putem mobilnog telefona korisnici najčešće se koriste sljedeće bankarske usluge (Packer, 2020):

- (1) 94% korisnika provjerava stanje na računu ili pogledava evidenciju nedavnih aktivnosti
- (2) 71% korisnika koristi posebno prilagođenu m-banking aplikaciju za svoje aktivnosti
- (3) 61% korisnika vrši transfer novca između vlastitih računa
- (4) 57% korisnika dobiva SMS obavijesti od svoje financijske institucije
- (5) 51% korisnika je platilo račun putem kamere mobilnog telefona i bankarske aplikacije
- (6) 48% korisnika vrši plaćanja putem službene aplikacije ili web stranice
- (7) 40% korisnika putem mobilnog uređaja pretražuje koji su im najbliži bankomati i poslovnice
- (8) 25% korisnika vrši transfer novca nekoj drugoj fizičkoj sobi

4.1. Komentar ankete: Analiza korištenja mobilnog bankarstva

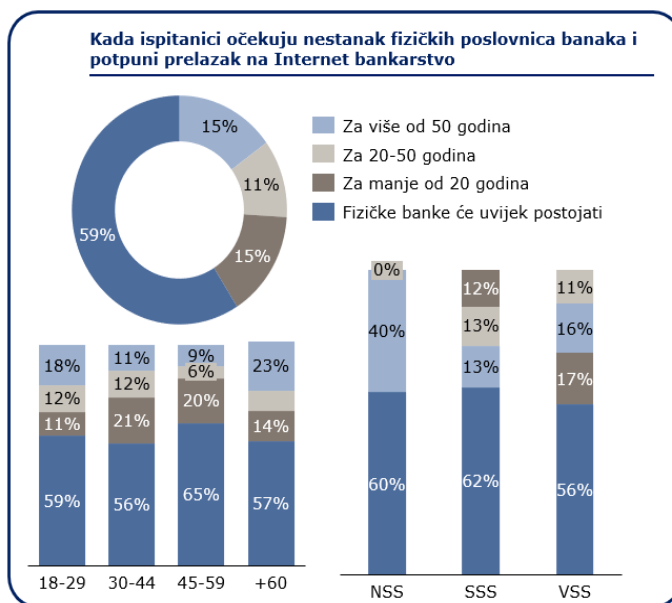
Kako bismo ispitali popularnost mobilnog bankarstva među stanovništvom Republike Hrvatske, od ispitanika je zatraženo da se izjasne o učestalosti korištenja *m-banking* usluge. Iz odgovora su izvedeni naredni zaključci:



Grafikon 5: Sistematizacija autora

- (1) 64% ispitanika izjasnilo se kako m-bankarstvo koriste uvijek ili često što govori o značajnoj popularnosti usluge, ali s još uvijek velikim prostorom za rast.
- (2) Jasno je vidljiv padajući trend korištenja *m-bankarstva* porastom životne dobi. Stoga možemo reći kako je potvrđena hipoteza H1: *Mobilno bankarstvo kao najpopularniji oblik plaćanja pada sa životnom dobi ispitanika*
- (3) Analizom je također ustanovljeno kako korištenje *m-bankarstva* ima tendenciju rasta gledano prema stupnju obrazovanja

(4) Na pitanje očekuju li nestanak fizičkih poslovnica banaka i potpuni prelazak na Internet bankarstvo najveći broj ispitanika (59%) odgovorio je kako će fizičke poslovnice uvijek postojati. Zanimljivo je primjetiti kako ovaj odgovor ne ovisi o obrazovnoj niti dobnoj skupini ispitanika.

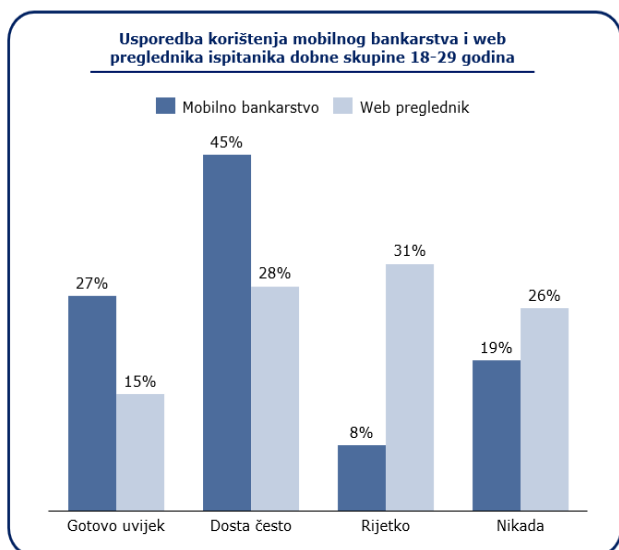


(5) Oko 20 % ispitanika, neovisno o dobnoj skupini i stupnju obrazovanja, izjasnio kako nikada ne koristi mobilno niti Internet bankarstvo. Neki od razloga za takav odgovor mogu biti: neinformiranost građana

Grafikon 6: Sistematizacija autora

o navedenoj usluzi, informatička neobrazovanost te nepovjerenje prema digitalnim oblicima usluga.

Mnogima su mobilni telefoni, zbog svoje visoke funkcionalnosti i svojevrsne uloge "banke u džepu", postali primarni način interakcije s pružateljima financijskih usluga (Marčić, 2018). Svakom novom generacijom dolazi do promjena u životnom standardu, navikama, potrebama i zahtjevima potrošača. Tako danas, globalno gledajući, više od 90% Milenijalaca (18-29 godina), preferira i aktivno (2-3 puta tjedno) koristi e-bankarstvo kao način komunikacije s bankama i obavljanje platnih transakcija (Marčić, 2018), dok je korištenje među studentskom populacijom visokih 96.7% (Glavan i Čibarić, 2015).



Grafikon 7: Sistematizacija autora

Istraživanje je također pokazalo kako ispitanici starosne skupine 18-29 godina značajno više koriste mobilno bankarstvo od ostalih kanala *e-bankarstva* kao što su web preglednici. 72% njih izjavilo je kako mobilno bankarstvo koriste gotovo uvijek ili dosta često što je u skladu s prethodno provedenim istraživanjem u kojem je Ivančan (2015) ustanovila da 66% korisnika Internet bankarstva pripada upravo toj dobnoj skupini. Oni od proizvoda zahtijevaju mobilnost, kvalitetu, personaliziranost, inovativnost i sigurnost što mobilno bankarstvo čini iznimno popularnim

unutar navedene dobne skupine. Novije generacije sve su više svjesne mogućnosti koje tržište nudi pa pokazuju znatno manji stupanj „vjernosti“ banci u usporedbi sa starijim generacijama (Jovanović 2008). Stoga su baš te nove generacije najveći poticaj bankama za konstantnu analizu tržišta i održavanje tržišne konkurentnosti. Nikada u povijesti nije bilo lakše privući, ali i izgubiti klijente. Kao posljedica toga došlo je do značajnog povećanja marketinški aktivnosti putem društvenih mreža, smanjenja cijena transakcijskih naknada, uvođenja lepeze novih proizvoda te raznih paketa usluga koje banke nude za primamljivu cijenu. Mladi do 25 godina, iako gledano s financijskog aspekta nisu ključni za bankarsko poslovanje, predstavljaju buduću bazu klijenata u koju se ulažu značajni marketinški naponi i sredstva (Sanader 2014) jer u svojoj banci drže između 5 i 7 proizvoda za razliku od prethodne generacije koja ih je imala samo 3-4 (Marčić, 2018).

5. BANKOMATI - KVALITATIVNI I KVANTITATIVNI PROGRES TRADICIONALNOG KANALA E-BANKARSTVA

"Bankomat je elektromehanički uređaj koji omogućuje imateljima platnih kartica podizanje i/ili polaganje gotovog novca, korištenje usluge davanja informacija i druge usluge; a prvobitni bankomati bili su osmišljeni kao način rasterećenja šalterskih djelatnika (Strukić, 2017). Na dan 31. prosinca 2017. na teritoriju RH evidentirano je 4,446 isplatnih bankomata, 409 uplatno-isplatnih bankomata, 10 uređaja, 67 uplatnih bankomata i 9 uplatno-isplatnih transakcijskih bankomata." (HNB, 2018.) Prema izvoru Statista, ukupan broj bankomata na europskom tržištu 2017. godine iznosio je približno 420 tisuća, a prosječan broj bankomata na 10 000 odraslih stanovnika iznosio je 68,33. To predstavlja pad u odnosu na 2010. godinu kada je taj broj bio značajno većih 83,58. Na sjeveru Europe već neko vrijeme postoji trend bezgotovinskog plaćanja, stoga ne začuđuje kako i upotreba bankomata ondje

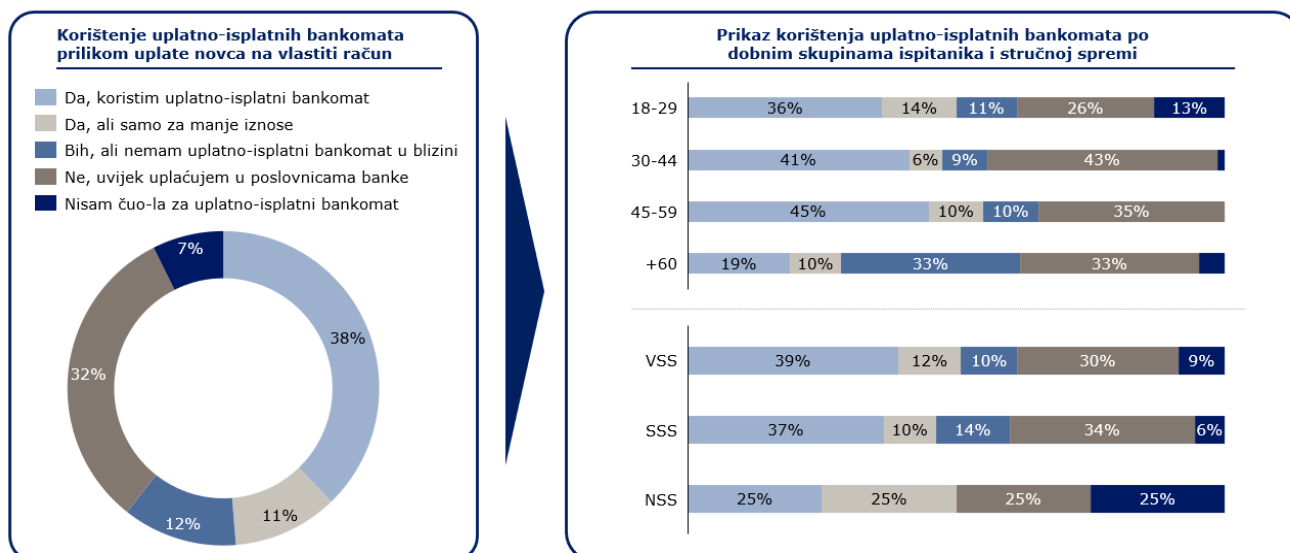
polagano stagnira. Međutim, u Hrvatskoj i ostatku jugoistočne Europe taj trend ne prognozira u tako skorijoj budućnosti jer ljudi još uvijek u značajnoj mjeri koriste gotovinu.

Iako Hrvatska spada u europski prosjek po broju bankomata, postoji prostor za značajan kvantitativni i kvalitativni/funkcionalni napredak. Povećanje broja bankomata s dodatnim mogućnostima poput mjenjačnice bio bi od osobitog značaja na jadranskoj obali za vrijeme turističke, ali i za manja mjesta kao efikasnija zamjena poslovnica i šalterskom poslovanju. Tako bi uz postojeće funkcije poput pregleda prometa, kupnje bonova i korištenja usluga elektroničkog bankarstva, više bankomata moglo biti prošireno na uplatno-isplatnu funkciju. Uplatno- isplatna funkcija bankomata je još relativna novost na hrvatskom tržištu, a omogućuje korisnicima do pomoću bankovne kartice i pina polože novac na vlastiti račun bez fizičkog ulaska u poslovnice. Bankomati budućnosti bi uz prethodno navedenu uslugu također mogli dobiti i niz novih funkcionalnosti poput: ekrana osjetljivog na dodir, beskontaktnog čitanja kartica, podizanja gotovine putem mobilnog uređaja, plaćanja putem bar koda, a moguće je i širenje primjene na razne opcije kupovanja. (Bušić, 2017)

5.1. Komentar ankete: Stupanj korištenja uplatne funkcije bankomata

Prema istraživanju HNB-a Hrvatska još uvijek spada u društvo sklonije upotrebi gotovine. „O tome govore i statistički podaci prema kojima se još uvijek 88% broja transakcija fiskaliziranih računa u RH odnosi na plaćanje gotovinom, dok se na plaćanja karticama odnosi tek 11%. Kada se gleda vrijednost transakcija fiskaliziranih računa, omjeri su malo povoljniji glede plaćanja karticama, pa se 58% vrijednosti odnosi na gotovinu, a 38% na vrijednost plaćanja karticama" (HNB, 2017). Razlog tome može biti čista navika, zabrinutost oko zaštite podataka, ali i činjenica da bezgotovinski način plaćanja nije prihvaćen u svim granama poslovanja koji građani svakodnevno koriste (café barovi, pekare, štandovi lokalni dućani...).

Kako bankomat spada u tradicionalni kanal *e-bankarstva* i kako se hrvatski građani još uvijek u velikoj mjeri koriste gotovinom, ispitanicima je postavljeno pitanje o upoznatosti s relativno novom uplatnom funkcijom koji pružaju pojedini bankomati. Na temelju rezultata ankete izdvojeni su istaknutiji zaključci te moguće pretpostavke za takve odgovore ispitanika:



Grafikon 8: Sistematizacija autora

- (1) Nema značajne povezanosti između spola ispitanika i stupnja korištenja uplatno-isplatnih bankomata
- (2) 33.3% ispitanika starosne skupine +60 izjavilo je kako bi koristili uplatnu funkciju na bankomatu, ali da nemaju uređaj s tom funkcijom u blizini. Mogući razlog za veći interes unutra ove skupine je manje korištenje *e-bankarstvom* i veća uporaba gotovine. Međutim, ako se uzme u obzir da je jednaki postotak ispitanika izjavio da uvijek bira uplatu u poslovnica bankne usprkos uplatno-isplatnom bankomatu, postoji mogućnost da ispitanici koji su ovim putem pokazali inicijativu za korištenjem ove usluge ne bi istu koristili i u realnosti.
- (3) Iznenađujućih 13% ispitanika između 18 i 29 godina izjavilo je kako nisu čuli za uplatno-isplatne bankomate dok je isti odgovor unutar ostalih starosnih skupina zanemariv. Jedan od mogućih razloga je vezanost ove dobne skupine uz *e-bankarstvo* i izostanak potrebe uplaćivanja novca na račun među studentskom populacijom.
- (4) 60% ispitanika koji su se izjasnili kako nisu čuli za uplatnu funkciju bankomata su visoko obrazovani građani

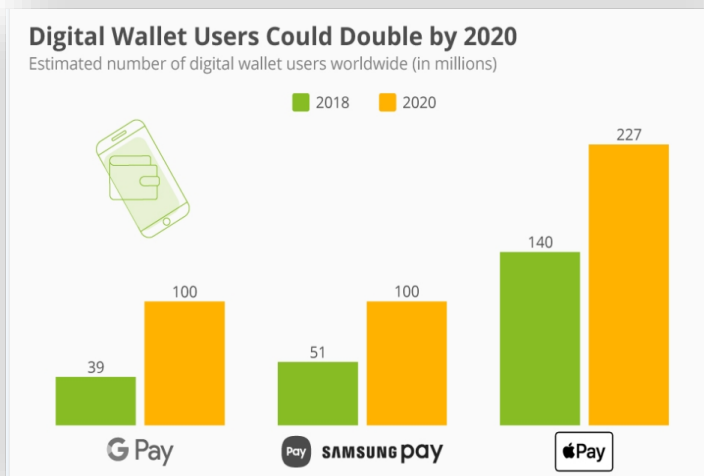
6. DIGITALNI NOVČANICI KAO BUDUĆNOST BEZGOTOVINSKOG PLAĆANJA

Modernizaciju bezgotovinskog načina plaćanja predstavljaju digitalni novčanici. Padom uporabe fizičkog novca i rastom korisnika pametnih mobilnih uređaja otvara se tržište za uvođenje digitalnih novčanika pri čemu tradicionalni oblici naplate sve više „gube trku“ sa suvremenim oblicima plaćanja (Panian, 2005). Digitalni novčanici predstavljaju inovaciju koja omogućuje korisnicima zamjenu kreditne kartice mobilnim telefonom, tj. plaćanje putem pametnih mobilnih uređaja ili „digitalnih dodataka kao što je Visa ring, Apple watch, potkožni čipovi i sl. koji rade putem NFC tehnologije“ (Maričić, 2018). Instalacija aplikacija potrebnih za korištenje digitalnih novčanika i povezivanje s računom banke brz je i jednostavan proces čime se dodatno potiče prelazak korisnika na digitalni novac koji zbog svoje neopipljivosti potiče veću potrošnje. Poznatiji primjeri takvih novčanika su Apple Pay, Samsung Pay, Google Pay, Android Pay, Alipay, ali postoje i mnogobrojne verzije drugih izdavača. Odabir digitalnog novčanika ovisi o mobilnom uređaju kojeg korisnik posjeduje, dostupnosti aplikacije u pojedinim zemljama, ali i o njihovom ugovornom odnosu s pojedinim bankama. Prednosti su dakako praktičnost i sigurnost s obzirom na to da su sve informacije pohranjene u zaštićenom mobilnom telefonu, a svaka transakcija zahtijeva autorizaciju pinom ili skeniranjem otiska prsta. To stvara značajnu prednost nad mnogim kreditnim karticama koje ne zahtijevaju unošenje pina, smanjuje mogućnost zlouporabe i (ne)ovlaštenog korištenja tuđih kartica te daje dodatnu sigurnost sada kada je uvedeno beskontaktno plaćanje karticama na iznose do 100 kn.

U skladu s činjenicom da mobilno bankarstvo postaje najkorišteniji način obavljanja platnih transakcija, banke uvode i vlastite mogućnosti mobilnog plaćanja na prodajnim mjestima. Primjer je usluga *m-novčanika* Zagrebačke Banke kojom je omogućeno plaćanje NFC tehnologijom mobilnog telefona na svim POS uređajima koji podržavaju ZABA kartice. Dodatna prednost je što korisnik prilikom plaćanja ne mora imati pristup internetu niti otvorenu aplikaciju u pozadini.

Bez obzira na predstavljeni novitet, najpopularniji način bezgotovinskog plaćanja su i dalje kreditne kartice. Kako u svijetu, tako i u Hrvatskoj. U izvještaju HNB-a za 2017 godinu stoji kako Hrvati imaju prosječno 1,98 kartica po stanovniku od čega su najzastupljenije debitne kartice (79%), a od ukupnog broja stanovnika njih čak 79% ima je barem jednu platnu karticu. „Isto tako iz zaprimljenih podataka vidljivo je kako se od ukupnog broja izdanih platnih kartica u 2017. uistinu koristilo njih tek 50,4%, nije koristilo čak 43,9%, dok su ostatak od 5,7% bile su blokirane platne kartice.“ (HNB, 2018.)

Grafikon 9: Procijenjeni broj globalnih korisnika digitalnih novčanika u 2020. usporedno s 2018. godinom

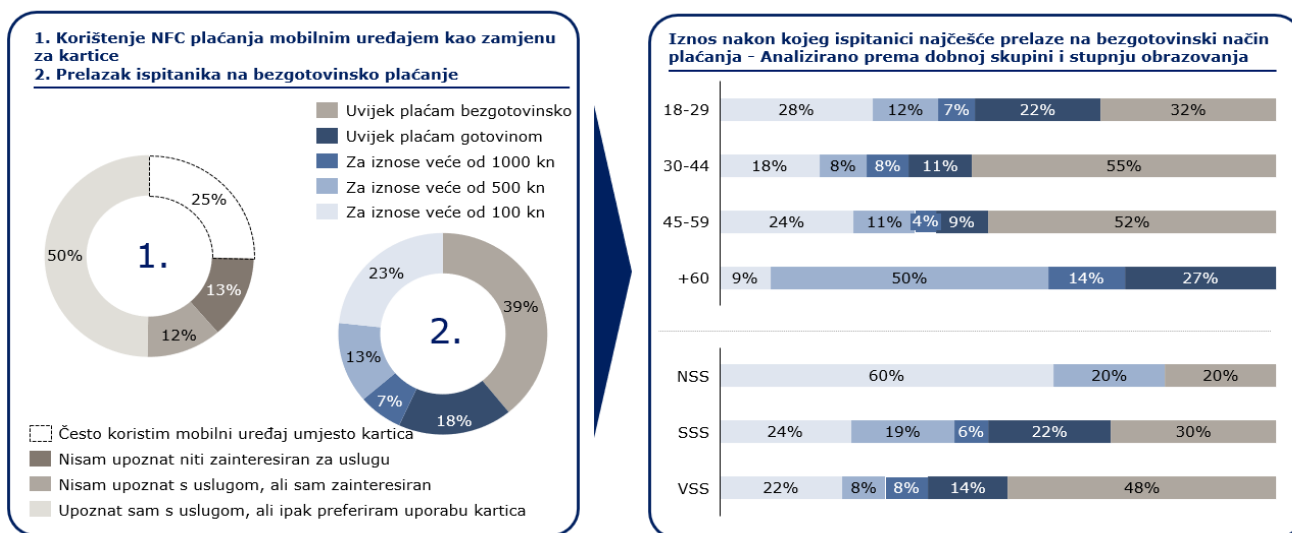


Izvor: Statista <https://www.statista.com/chart/19972/digital-wallet-u->

Izuzev pogodnosti u sklopu digitalnih bankarskih usluga (m-novčanik Zagrebačke banke, Wave to pay Privredne banke Zagreb i ostali) koje će u nadolazećem periodu zasigurno intenzivnije promovirati, na globalnom tržištu bilježi se također rast popularnosti alternativnih usluga "digitalnih novčanika" kao što su Samsung pay, Apple pay, Google pay i PayPal koji i ne mora nužno biti povezan s računom neke banke. Broj globalnih korisnika digitalnih novčanika eksponencijalno

raste kroz godine, a u zapadnom svijetu prednjači Apple Pay kao najpopularniji digitalni novčanik. U 2018. godini 140 milijuna ljudi koristilo je Apple Pay, a predviđa mu se rast na preko 227 milijuna korisnika u 2020. Google Payu se s drug strane predviđa skok s 39 na 100 milijuna korisnika, dok Samsung očekuje prelazak s 51 milijun na 100 milijuna korisnika do 2020. godine. Sve njih karakterizira sigurnost i brz prijenos digitalnog novca. Sukladno tome, možemo pretpostaviti kako će u se nadolazećem periodu njihovo korištenje u svijetu, a i u Hrvatskoj, znatno povećati.

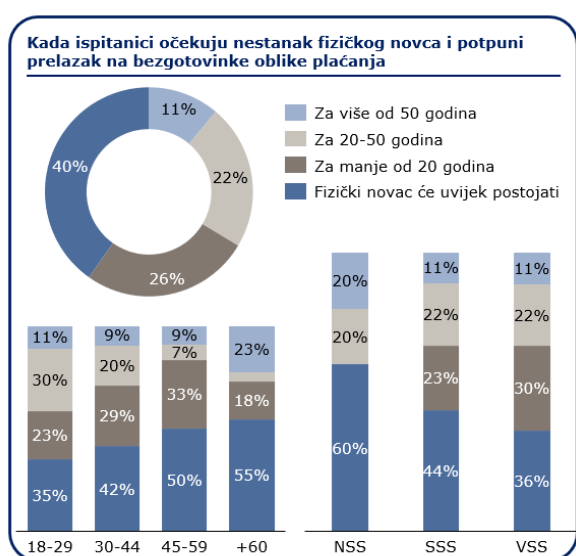
6.1. Komentar ankete: Preferirani oblici bezgotovinskog plaćanja na prodajnim mjestima



Grafikon 10: Sistematizacija autora

- (1) 18% ispitanika izjasnilo se kako na prodajnim mjestima uvijek koristi gotovinu, većinom su to ispitanici između 18-19 i iznad 60 godina
- (2) Niti jedan ispitanik niže stručne spreme, kao niti jedan ispitanik stariji od 60 godina nije izjavio kako se uvijek plaćaju bezgotovinsko. Niža stručna sprema pritom brže prelazi na bezgotovinske načine plaćanja (nakon 100 kn) od ispitanika dobne skupine +60 (nakon 500 kn)
- (3) 39% ispitanika izjavilo je kako se na prodajnim mjestima ne koriste gotovinom. Bezgotovinski najviše plaćaju ispitanici između 30 i 59 godina (iznad 50%) te visoko obrazovani ispitanici (48%)
- (4) Odgovor kako su upoznati s opcijom NFC plaćanja, ali ipak preferiraju uporabu kartica prednjači u svim obrazovnim i dobnim skupinama izuzev muškaraca srednje stručne spreme između 30 i 44 godine. U toj skupini je čak 46.15% njih kako koristi uslugu mobilnog plaćanja.
- (5) Da koristi NFC plaćanje izjasnilo se 34.43% muškaraca i 21.09% žena. Najveća nezainteresiranost zabilježena je kod muškaraca između 44 i 59 godina (17.65%) i kod žena iznad 60 godina (20%).
- (6) Nije potvrđena hipoteza H3: *Postoji značajan interes za novi oblik beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem*
- (7) Potvrđena je hipoteza H4: *Ispitanici preferiraju bezgotovinske oblike plaćanja*

Istraživanje je pokazalo kako su muškarci skloniji beskontaktnom plaćanju mobilnim uređajem, no ne u znatnijoj mjeri. Kartice još uvijek prednjače u načinu plaćanja što i nije iznenađenje s obzirom na to da one za korisnike predstavljaju provjereno sredstvo plaćanja na prodajnim mjestima. Iako plaćanje mobitelom nije sasvim nova mogućnost, građani su prema njemu i dalje skeptični. Razlog je ponajviše nedostatak informiranosti o funkcioniranju usluge i sigurnosnom aspektu. Trenutno u ovakvom obliku plaćanja prednjače Španjolska, Italija, Švedska i Ujedinjeno Kraljevstvo.



Kao nadopuna prethodnom pitanju postavljeno je pitanje o očekivanom nestanku fizičkog novca.

- (1) Najveći broj ispitanika (40%) smatra kako će fizički novac uvijek postojati. Iz grafova vidimo kako taj odgovor linearno raste s povećanjem dobne skupine, te značajno opada s obrazovanjem stanovnika
- (2) Niti jedan ispitanik niže stručne spreme ne smatra kako će fizički novac nestati za manje od 20 godina

Grafikon 11: Sistematizacija autora

7. PREDNOSTI *E-BANKARSTVA* ZA KORISNIKE USLUGE

Uvođenje financijske tehnologije u bankarstvo za posljedicu ima povećanje brzine, jednostavnosti, dostupnosti, transparentnosti i sigurnosti bankarskog sektora. Nadalje, bankama je omogućeno je da svoje poslovanje nastave i izvan regularnog radnog vremena što je dovelo do znatnih smanjenja operativnih, ali i oportunitetnih troškova. Korištenjem jednostavnih informatičkih alata klijent ima mogućnost pristupu serverima banke i samostalnom provođenju platnih naloga za koje plaća umanjenu **transakcijsku naknadu** (Brčić 2018).

Neupitno je da e-bankarstvo ima brojne prednosti, kako za korisnike tako i za davatelje bankarskih usluga. Kao glavnu prednost elektroničkog poslovanja Panian vidi brzinu pružanja usluga i njihove naplate. To je rezultat smanjenje dokumentacije, ubrzanje procesa, jednostavnosti obavljanja transakcija te dostupnost informacija (Panian, 2000).

Marčić (2018) kao neke od **pogodnosti** on-line bankarstva **za klijente banke** navodi sljedeće:

- (1) Smanjeno vrijeme čekanja u poslovnicama banke
- (2) Dostupnost usluga izvan regularnog radnog vremena banaka
- (3) Brisanje prostorno-vremenskih ograničenja tj. pristup bankovnim uslugama ovisan isključivo o dostupnosti Internetske veze
- (4) niže cijene i lakši pristup dodatnim uslugama (e.g. investicijskim fondovima i osiguranjima)
- (5) mogućnost prilagođavanja financijskih usluga prema potrebama klijenata
- (6) olakšano napuštanje jednog davatelj usluga i otvaranje računa u drugoj banci

Gurau (2002):

- (1) povećano zadovoljstvo klijenata zbog uštede vremena
- (2) smanjene naknade tj. niži troškovi transakcija i upravljanja računima/ uslugama
- (3) širi asortiman usluga i bolja dostupnost informacija
- (4) obavljanje transakcija postaje sve jednostavnije, brže i jeftinije
- (5) bolja preglednost s obzirom na to da su sve transakcije digitalno pohranjene i trajno vidljive

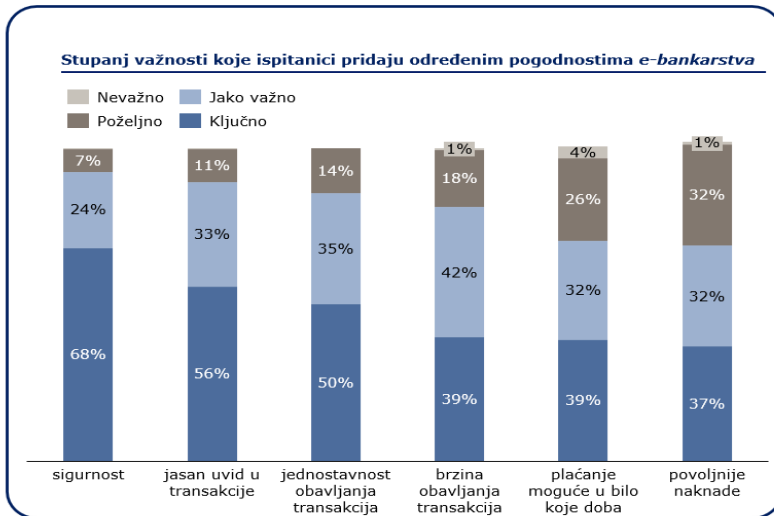
(Martell 2018):

- (1) bolja korisnička usluga zahvaljujući pojednostavljeni i personaliziranosti
- (2) olakšanje plaćanja, e.g. beskontaktna plaćanja mobilnim telefonima ili drugim pametnim uređajima opremljenima NFC tehnologijom

Krasić (2017): otklanjanje faktora ljsuske pogreške

Vidović (2015): kontrolirani pristup informacijama i potpuna kontrola nad financijama

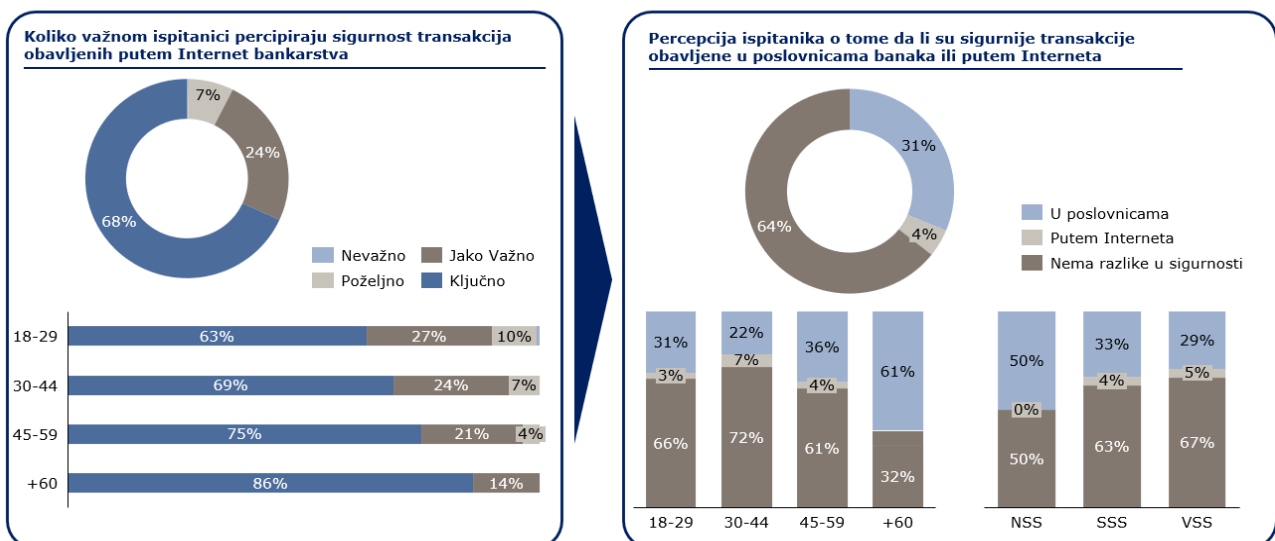
7.1. Komentar ankete: Percipirana važnost pogodnosti e-bankarstva te pitanje sigurnosti



Grafikon 12: Sistematizacija autora

vážnima ispitanici percipiraju određene prednosti koje dolaze s uslugom *e-bankarstva*. Također se ispitao stav o sigurnosti, tj. smatra li se kako platne transakcije obavljene u poslovnicama i dalje predstavljaju najsigurniji način plaćanja ili su u moderno doba Internet transakcije ipak sigurnije. Iz analize su izdvojeni sljedeći zaključci:

- (1) Ispitanici najznačajniji naglasak stavljaju na sigurnost transakcija, a potom na jasan uvid u transakcije i jednostavnost njihovog obavljanja
- (2) Analizom prema dobnim skupinama ustanovljeno je kako je za 67.88% ispitanika starijih od 60 godina jednostavnost obavljanja transakcija ključna



Grafikon 13: Sistematizacija autora

Uz brojne prednosti koje informatizacija nudi, korištenje Internet bankarstva dolazi i s pojedinim nedostacima i rizicima. Vidović (2014) u tom pogledu izdvaja pitanje sigurnosti prilikom obavljanju transakcija, osjetljivost klijenata po pitanju sigurnosti/krađe njihova novca, rizici zlouporabe podataka i nedostatak privatnosti. U ovom dijelu ankete cilj je bio istražiti koliko

- (3) Zanimljivo je uočiti kako ispitanici ne smatraju cijenu usluge tj. visinu naknada ključnom. Povoljnije naknade najvažnije su ispitanicima iznad 60 godina. 91% njih izjavilo je kako im je visina naknada ključna (77.3%) ili jako važna (13.7%)
- (4) 68% ispitanika sigurnost smatra ključnom pri odabiru transakcija dok ju niti jedan ispitanik nije okarakterizirao kao nevažnu
- (5) Fokus na sigurnost transakcija značajno raste s dobnom skupinom stanovnika. Svi ispitanici starosne skupine iznad 60 godina izjasnili su se kako im je ona ključna ili vrlo važna
- (6) Gledano sa strane stručne spreme uočena je pozitivna korelaciju između stupnja obrazovanja i povjerenja u sigurnost Internet bankarstva. Čak 50% ispitanika niže stručne spreme smatra kako je obavljanje transakcija u poslovnicama sigurnije nego preko Interneta, dok je takav odgovor dalo samo 29% ispitanika visoke stručne spreme.
- (7) Da su transakcije u poslovnicama sigurnije mišljenja su pretežito ispitanici starije životne dobi (61%), što ne začuđuje jer su to korisnici skloniji provjerenim načinima plaćanja.
- (8) Bez obzira na to što Internet transakcije otklanjaju mogućnosti pogreške djelatnika banke te korisniku omogućuju trajno dostupan i na neki način neizbrisiv dokaz plaćanja, prema podacima vidimo kako korisnici ne misle nužno da time dobivaju na dodatnoj sigurnosti. Za porast povjerenja u Internet plaćanje potrebno je dodatno informiranje građana o konkretnim naprecima u području sigurnosti koji kao rezultat imaju minimizaciju broja uspješnih hakerskih upada u sustave i zloupotrebe podataka. Međutim, većina ispitanika također smatra kako Internet bankarstvom niti ne gube na sigurnosti pa izjednačavaju sigurnosti obaju načina plaćanja. 64% ukupnog uzorka odgovorilo je kako misle da su oba načina jednako sigurna, dok 31% uzorka smatra kako su transakcije u poslovnicama sigurnije. Najmanji broj ispitanika, samo 4%, smatra kako su transakcije Internetom sigurnije. Time je opovrgnuta hipoteza H5: *Ispitanici smatraju kako su transakcije obavljene u poslovnicama banaka sigurnije od Internetskih*

8. PREDNOSTI *E-BANKARSTVA* ZA DAVATELJE USLUGE

Kao koristi on-line bankarstva za bankarsku industriju Glavan i Ćibarić (2015) ističu sljedeće:

- (1) Prestiž tj. povećanje ugleda banke koja vodi na tržištu tehnoloških bankarskih inovacija
- (2) Smanjeni transakcijski troškovi
- (3) Bolja adaptacija na novonastale situacije i promjene u okruženju
- (4) Mogućnost boljeg prodora na tržište brisanjem prostorno-vremenskih ograničenja
- (5) Efikasnije oglašavanje novih proizvoda i usluga

Marčić (2018):

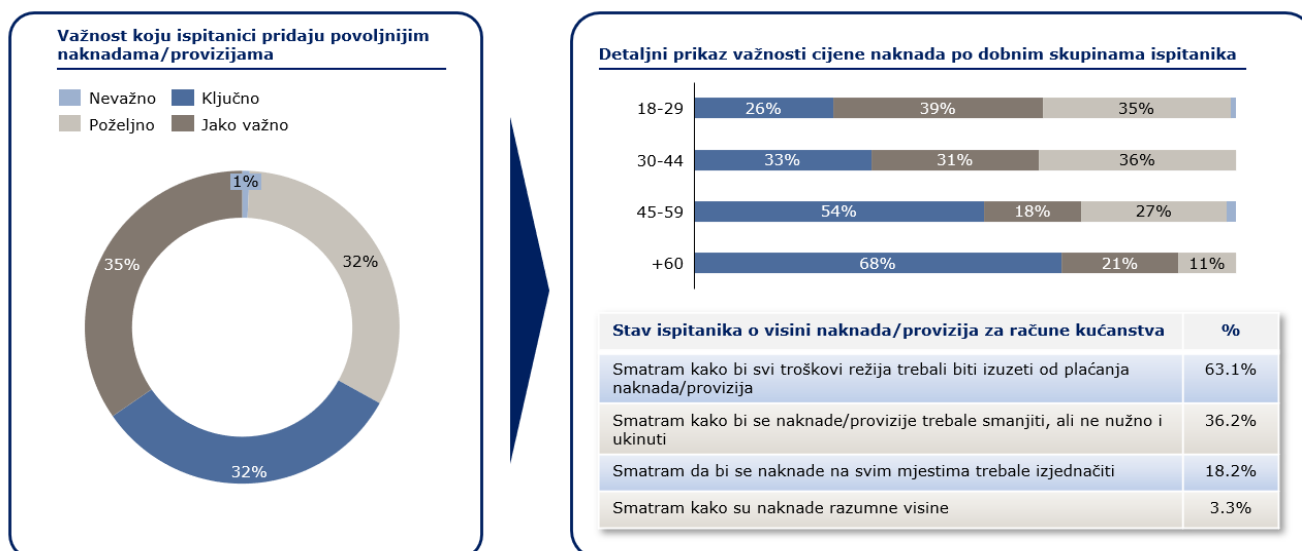
- (1) Potreba za manjim brojem zaposlenika i poslovnica
- (2) smanjeni troškovi potrebne opreme i održavanja
- (3) smanjene gužve u poslovnicama
- (4) smanjenje izloženosti negativnim reputacijama
- (5) mogućnost usluživanja većeg broja korisnika u isto vrijeme
- (6) optimizacija pružanja usluga u pogledu brzine i kvalitete
- (7) stvaranje i promicanje imidža inovativnosti u javnosti
- (8) stvaranje i povećanje lojalnosti klijenata

Martell (2018): mogućnost sastavljanja točnog profila korisnika (financijsko stanje, navike...)

Sanader (2014): brži obrtaj sredstava.

8.1. Komentar ankete: Naknade na platne transakcije

Smanjeni operativni troškovi banaka kao rezultat samoposlužnog bankarstva za posljedicu su imali smanjenje naknada koje se korisnicima obračunavaju na platne transakcije. Međutim, kao što je već prethodno izneseno, Agencija za zaštitu tržišnog natjecanja ističe kako Hrvatska još uvijek spada među zemlje „s visokim naknadama prilikom obavljanja platnih transakcija korištenjem platnih kartica. Prosječne naknade u većini zemalja EU su niže od 1 posto." U upitniku je stoga zatraženo da se ispitanici izjasne o svom mišljenju o visini naknada te stavu o provizijama koje se općenito zaračunavaju na račune kućanstva. Slijedi grafički prikaz rezultata te važniji zaključci:



Grafikon 14: Sistematizacija autora

- (1) Samo 1% ispitanika visinu naknada smatra nevažnom. Ostatak uzorka je podjednako raspodijeljen na preostale odgovore
- (2) Važnost visine naknada značajno raste sukladno dobnim skupinama pa tako 68% ispitanika starosne skupine iznad 60 godina pridaje visini naknada iznimnu važnost. Pritom se niti jedan ispitanik nije izjasnio kako je visina naknada za njega nevažna
- (3) 63% ispitanika složilo se s tvrdnjom kako bi troškovi režija trebali biti izuzeti od plaćanja naknada, a samo 3.3% njih smatra kako su naknade razumne visine čime je potvrđena hipoteza H2: *Građani smatraju kako im se prilikom plaćanja računa obračunavaju previsoke naknade*

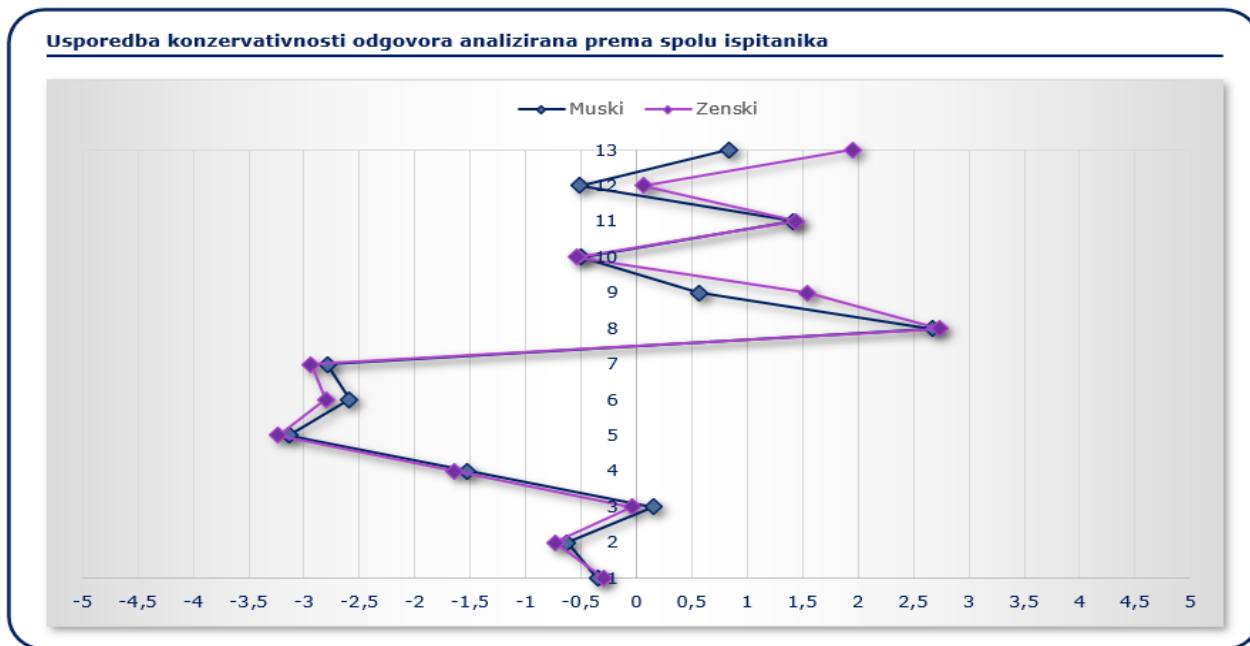
9. USPOREDBA KONZERVATIVNOSTI SKUPINA ISPITANIKA

Kako bi se ispitala konzervativnost ispitanika izdvojena su relevantna pitanja kojima je pridijeljena vrijednost između -5 i 5. Vrijednosti su pridijeljene subjektivno sukladno procjeni autorice, pri čemu 5 označava najkonzervativniji, a -5 najnekonzervativniji odgovor. Temeljeno na zadanoj skali grafički se uspoređivala konzervativnost ispitanika po spolu, dobnj skupini i stupnju obrazovanja. Skala kojom se mjerila konzervativnost dana je u Dodatku 2 priloženom na kraju rada.

Za usporedbu konzervativnosti izdvojena su sljedeća pitanja:

- (1) Prilikom uplate novca na vlastiti račun koristite li uplatno-isplatne bankomate?
- (2) Koliko često koristite *m-banking*?
- (3) Koliko često koristite *e-banking*?
- (4) Koliko često koristite *poslovnice banaka*?
- (5) Koliko vam je važna brzina obavljanja transakcija?
- (6) Koliko vam je važna mogućnost plaćanja u bilo koje doba?
- (7) Koliko vam je važan jasan uvid u transakcije?
- (8) Koliko vam je važna jednostavnost obavljanja transakcija?
- (9) Koristite li mogućnost beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem umjesto karticama?
- (10) Nakon kojeg iznosa prelazite na bezgotovinsko plaćanje?
- (11) Smatrate li da su transakcije u poslovnicama sigurnije od Internet bankarstva?
- (12) Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkog novca i potpuni prelazak na bezgotovinsko poslovanje?
- (13) Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkih poslovnica banaka i potpuni prelazak na Internetsko poslovanje?

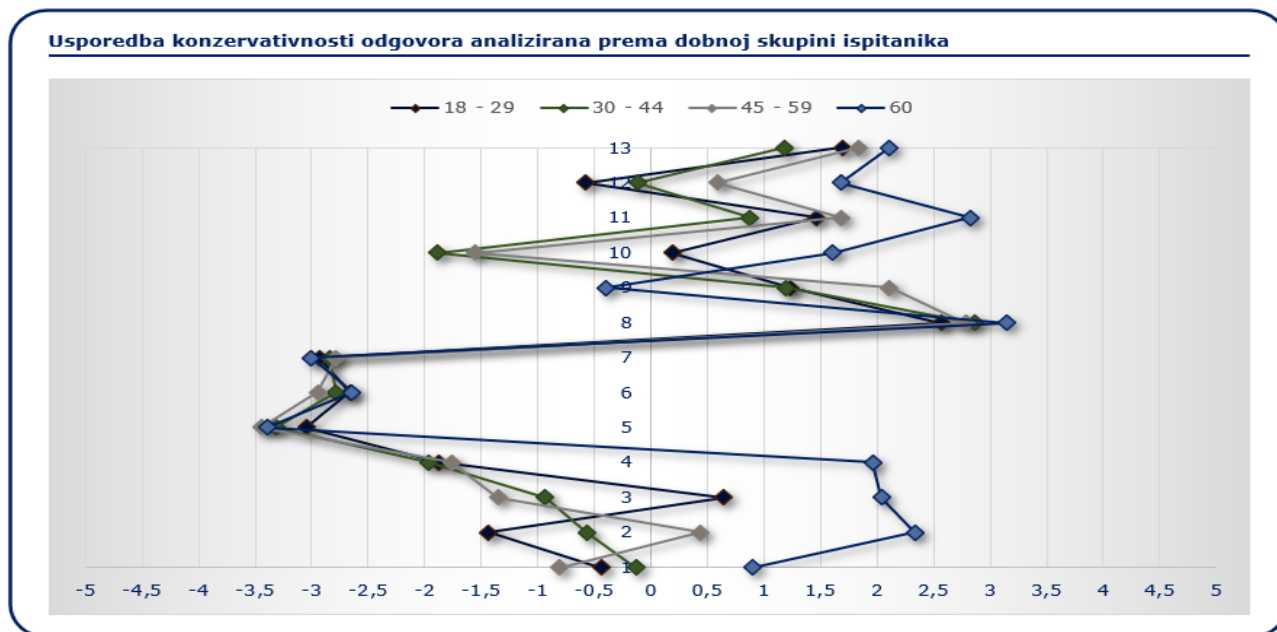
9.1. Usporedba konzervativnosti muškaraca i žena



Grafikon 15: Sistematizacija autora

- (1) Iz prethodno danog grafa vidimo kako je konzervativnost u velikoj mjeri neovisna o spolu ispitanika
- (2) Značajniju divergenciju možemo vidjeti u korištenju beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem (pitanje 9) gdje se 34.43% muškaraca i 21.09% žena izjasnilo da koriste uslugu
- (3) Druga značajnija odnosi se na percipirani nestanak fizičkih poslovnica banaka (pitanje 13) pri čemu 72.4% žena smatra kako će fizičke banke uvijek postojati dok isto smatra samo 27.6% muškaraca.

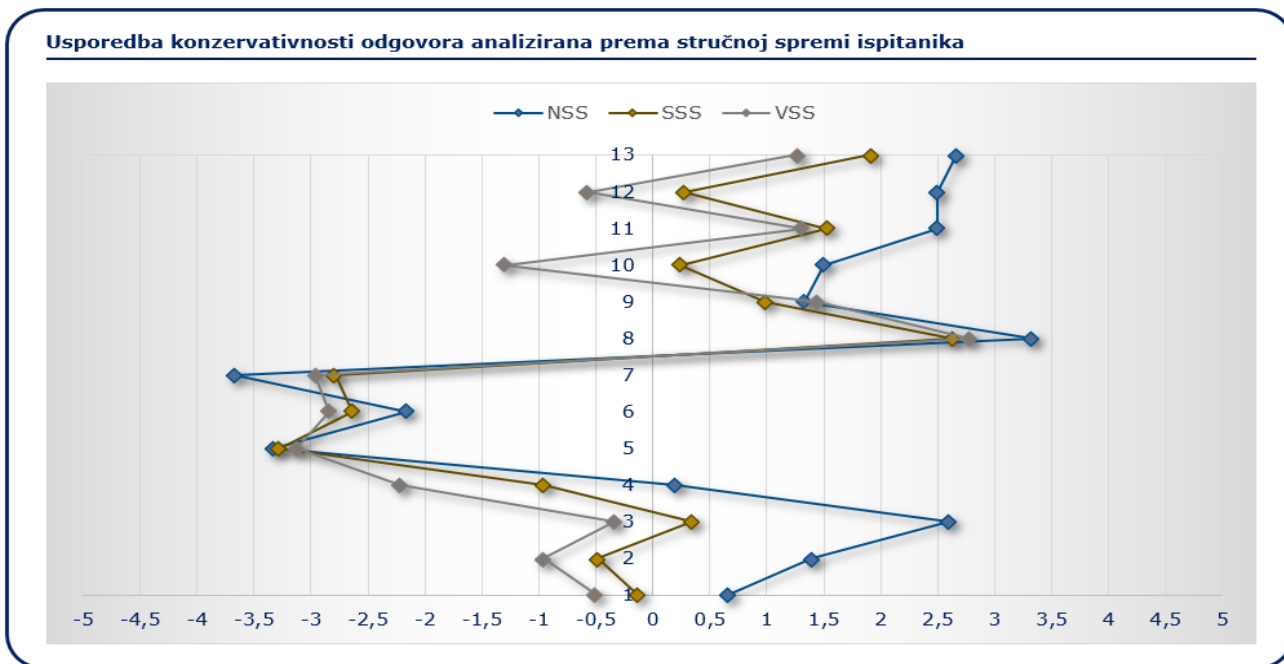
9.2. Usporedba konzervativnosti dobnih skupina ispitanika



Grafikon 16: Sistematizacija autora

- (1) Iz provedene analize vidimo kako konzervativnost ispitanika u značajnoj mjeri ovisi o dobnj skupini kojoj pripadaju
- (2) Ispitanici dobne skupine 18-29 pokazuju značajnu konzervativnost u korištenju *e-bankarstva* (pitanje 2) što je već prije opravdano činjenicom kako se ta starosna skupina najviše koristi *m-bankarstvom*
- (3) Za učestalost korištenja poslovnica banaka (pitanje 4) dolazi do konvergencije svih starosnih skupina izuzev +60 koja u značajnijoj mjeri platne transakcije obavlja u poslovnicama i time pokazuje značajnu konzervativnost
- (4) Kod važnosti brzina obavljanja transakcija (pitanje 5), mogućnosti plaćanja u bilo koje doba (pitanje 6) i jasnog uvida u transakcije (pitanje 7) nema razlika u konzervativnosti s tim da je jednostavnost obavljanja transakcija (pitanje 8) malo važnija dobnj skupini +60

9.3. Usporedba konzervativnosti obrazovnih skupina ispitanika



Grafikon 17: Sistematizacija autora

- (1) Iz prethodno danog grafa vidimo kako konzervativnost ispitanika u značajnoj mjeri ovisi o obrazovnoj skupini kojoj pripadaju. Ispitanici niske stručne spreme pokazuju najveću, a ispitanici visoke stručne spreme najmanju dozu konzervativnosti.
- (2) Ispitanici niže stručne spreme značajno su konzervativniji od ispitanika srednje stručne spreme. Istovremeno ne postoji tako značajna razlika u konzervativnosti između srednje i visoke stručne spreme.

10. ZAKLJUČAK

Analizom postojeće literature na ovu temu, kao i provođenjem vlastitog istraživanja na teritoriju Republike Hrvatske, ustanovljeno je kako su globalizacija i razvoj internetskih tehnologija nedvojbeno obilježili bankarsko poslovanje 21. stoljeća. Informatizacija je dovela do značajnih pomaka u bankarskom sektoru pa je tako poslovanje danas potrebno konstantno unaprjeđivati inovativnim, efikasnim i korisnicima privlačnijim rješenjima. Koristi takve vrste poslovanja su brojne kako za korisnike, tako i za davatelje usluga, a podrazumijevaju prvenstveno uštedu vremena i novca kao rezultat implementacije samoposlužnog bankarstva u poslovanje. Razvitak samoposlužnog bankarstva posljedica je promjene u životnom standardu, navikama, potrebama i zahtjevima potrošača koji danas od proizvoda zahtijevaju kvalitetu, personaliziranost, inovativnost i sigurnost. Stoga kako bi održale

konkurentnost na tržištu banke su prisiljene u svoju ponudu neprestano implementirati nove i poboljšane oblike proizvode i usluge.

Iako iskustva naprednijih zemalja pokazuju da opstanak banaka bez konstantnog razvitka u pogledu informatičkih tehnologija nije moguć, valja napomenuti kako se ne nalaze sve zemlje u jednakoj fazi razvoja, pa samim time nisu niti jednako prihvatljive za nove tehnologije. Iako zemlje u razvoju, kao što je i Hrvatska, često u pogledu ponude samoposlužnog bankarstva ne zaostaju za razvijenijim zemljama, kod njih je nužno usmjeriti pojačanu aktivnost u obrazovanje ljudi i informiranost stanovništva s ciljem usklađivanja stupnja razvijenosti bankarskih usluga i spremnosti stanovništva na njihovo prihvaćanje.

Istraživanje provedeno na punoljetnim građanima Republike Hrvatske s pristupom Internetu i pametnom telefonu pokazalo je kako nema značajnih razlika u korištenju i percepciji usluga samoposlužnog bankarstva između muškaraca i žena, ali znatne razlike su vidljive prilikom usporede dobnih i obrazovnih skupina kojima ispitanici pripadaju. Općenito konzervativnost stanovništva raste porastom životne dobi i pada s daljnjim obrazovanjem. Gledajući iz perspektive dobnih skupina potvrđena je prva hipoteza H1: *Mobilno bankarstvo kao najpopularniji oblik plaćanja pada sa životnom dobi ispitanika*. Drugim riječima, sukladno rezultatima prethodno provedenih istraživanja, potvrđeno je kako se Internet bankarstvom najviše služe mlađe generacije. Kako samo 3.3% ispitanika smatra kako su naknade razumne visine potvrđena je i druga hipoteza H2: *Građani smatraju kako im se prilikom plaćanja računa obračunavaju previsoke naknade*. Čak 63% ispitanika složilo se s tvrdnjom kako bi troškovi režija trebali biti izuzeti od plaćanja naknada. Hipoteza H3: *Postoji značajan interes za novi oblik beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem* nije potvrđena jer 50% ispitanika koji su upoznati s uslugom NFC plaćanja još uvijek preferiraju uporabu kartica. Istovremeno se samo 12% ispitanika koji nisu upoznati s uslugom izjasnilo da su zainteresirani, dok je gotovo jednak broj izjavio kako nisu upoznati niti zainteresirani za uslugu. Nadalje, samo 18% ispitanika uvijek koriste gotovinu za plaćanje na prodajnim mjestima čime je potvrđena je hipoteza H4: *Ispitanici preferiraju bezgotovinske oblike plaćanja*. 39% ispitanika uvijek plaća bezgotovinsko, a 23% njih na bezgotovinske oblike plaćanja prelaze već nakon 100 kn. I naposljetku, hipoteza H5: *Ispitanici smatraju kako su transakcije obavljene u poslovnicama banaka sigurnije od Internetskih* je opovrgnuta jer većina ispitanika (64%) smatra kako su oba načina jednako sigurna, dok 31% njih drži da su transakcije u poslovnicama sigurnije.

Primarni cilj ovog rada bio je općenito analizirati određene grupe građana i njihovu sklonost korištenju digitaliziranih proizvoda i usluga iz područja samoposlužnog bankarstva, no za bolje razumijevanje uzročno-posljedičnih veza koje objašnjavaju zašto je tome tako potrebno je dodatno istraži-

vanje ovog područja. To prvenstveno podrazumijeva istraživanja s dubljim uvidom u psihološke, biološke i društvene čimbenike koji utječu na promjene generacijskih preferencija i mijenjaju ponašanje potrošača.

POPIS LITERATURE

1. KNJIGE

- 1.1. Allums, S. (2014). *Designing Mobile Payment Experiences: Principles and Best Practices for Mobile Commerce*. O'Riley Media: Sebastopol, str 13
- 1.2. Hadžić, M. (2009). *Bankarstvo*. Univerzitet Singidunum: Beograd, str. 68.
- 1.3. Panian, T. (2000.) *Elektroničko trgovanje*. Zagreb: Sinergija
- 1.4. Panian, T. (2005.) *Poslovna informatika za ekonomiste*. Zagreb: Naklada Ljevak
- 1.5. Waupsh, J. (2017). *BankRuption : How Community Banking Can Survive Fintech*. Wiley and Sons: New Yersey, Str 52

2. STRUČNI ČLANCI I RADOVI

- 2.1. Brčić, M. (2018). *Internet bankarstvo*. Šibenik: Veleučilište u Šibeniku
- 2.2. Chavan, J. (2013): *Internet banking – benefits and challenges in an emerging economy*, str. 20.
- 2.3. Gurau, C. (200.). *Online banking in transition economies: the implementation and development of online banking systems in Romania*, The International Journal of Bank Marketing, (20), 6: 285-296.
- 2.4. Ivančan, S. (2015). *Korisnička percepcija sigurnosti Internet bankarstva u Republici Hrvatskoj*. Zagreb:Ekonomski fakultet
- 2.5. Krpina, M. (2015.) *Uloga Internet bankarstva u platnom prometu*. Zagreb: Ekonomski fakultet
- 2.6. Krstić, B. (2009). *Upravljanje intelektualni performansama poduzeća*. Niš: Ekonomski fakultet
- 2.7. Lusaya, S. i Kalumba, B. (2018). *The Challenges of Adopting the Use of E-Banking to the Customers: The Case of Kasama District Banking Customers*. Sch J ApplSci Res. Vol: 1, Issu: 2 (26-31).
- 2.8. Milanović Glavan, LJ. i Čibarić, A. (2015). *Analiza korištenja internet bankarstva među studentskom populacijom u RH*. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
- 2.9. Maričić, I. (2018). *Novi načini poslovanja banaka na primjeru Zagrebačke Banke*. Varaždin:

2.10. Rončević, A. (2006). *Nove usluge bankarskog sektora: Razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj*. ekonomski pregled, str. 762.

2.11. Sanader, D. (2014). *Mobilno bankarstvo*. Beograd: SAS Institut

2.12. Shea, E. (2012). *Rethinking CRA in a technological age*. Journal of Internet Banking and Commerce CRA Bulletin, Vol. 5, No. 3

2.13. Vidović, M. (2014.) *Internet bankarstvo*. Split: Ekonomski fakultet

2.14. Vukanović, E. (2007). *Elektronsko bankarstvo*. Beograd: Institut ekonomskih nauka

3. INTERNET IZVORI

3.1. Bankmycell (2020). *How many smartphones are in the world?* [Internet], <raspoloživo na: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.2. Barec, Z. (2018). *Beskontaktno plaćanje mobilnim uređajima*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.ictbusiness.info/kolumne/beskontaktno-placanje-mobilnim-uredajima>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.3. Blašković, A. (2018). *U RH 30% klijenata ima online bankarstvo*. [Internet], <raspoloživo na: <http://www.poslovni.hr/tehnologija/u-rh-30-klijenata-ima-online-bankarstvo-336436>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.4. HNB (2018). *Platne kartice i kartične transakcije*. [Internet], <raspoloživo na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2504205/h-pkkt_2017.pdf/1fb88d57-d0d8-41c8-b3b7-2bf9df5a29b9>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.5. Ivezić, B. (2017). *Većina još uvijek koristi gotovinu pa bankomati imaju budućnost*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.netokracija.com/masterindex-istrazivanje-2017-142371>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.6. Kolić, J. (2017). *Istraživanje Mastercarda: 68% Hrvata plaća beskontaktno, 95% koristi kartice, a 84% kupuje na internetu*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.poslovni.hr/trzista/vecina-jos-uvijek-koristi-gotovinu-pa-bankomati-imagju-buducnost-333458>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.7. Martel, J. (2018). *Advantages (and Disadvantages) of Fintech-Focused IoT*. [Internet], <raspoloživo na: <https://medium.com/@jasonmartell/advantages-and-disadvantages-of-fintech-focused-iot-85aa72a7bd68>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.8. Packer, B. (2020). *The 8 Most Common Mobile Banking Activities by your Members*. [Internet], <raspoloživo na: <https://blog.flexcutech.com/blog/the-8-most-common-mobile-banking-activities-by-your-members>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.9. Statista (2019). *Forecast number of mobile users worldwide from 2019 to 2023*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.statista.com/statistics/218984/number-of-global-mobile-users-since>>

[2010/](#)>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.10. Statista (2019). *Number of smartphone users worldwide from 2016 to 2021*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.statista.com/statistics/330695/number-of-smartphone-users-worldwide/>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.11. Statista (2019). *Fintech Europe - Statistics & Facts*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.statista.com/topics/3397/fintech-market-in-europe/>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.12. Statista (2019). *Digital Wallet Users Could Double by 2020*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.statista.com/chart/19972/digital-wallet-users-double-2020/>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.13. Statista (2019). *FinTech market in Europe*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.statista.com/topics/3397/fintech-market-in-europe/>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.14. Večernji (2018). *Istraživanje Maastercarda pokazalo: 95% Hrvata koristi kartice, 15% svaki dan plaća beskontaktno, a 62% želi plaćati mobitelom*. [Internet], <raspoloživo na: <https://m.vecernji.hr/biznis/istrazivanje-pokazalo-95-hrvata-koristi-kartice-15-svaki-dan-placa-beskontaktno-a-62-zeli-placati-mobitelom-1256474> >. [Pristupljeno: svibanj 2020)]

3.15. 24Sata (2017). *50. obljetnica bankomata: Zanimljivosti koje niste znali*. [Internet], <raspoloživo na: <https://www.24sata.hr/fun/50-obljetnica-bankomata-zanimljivosti-koje-niste-znali-529581>>, [Pristupljeno: svibanj 2020)]

POPIS VIZUALIJA

Grafikon 1: Prikaz uzorka istraživanja	5
Grafikon 2: Globalni udio korisnika pametnih mobilnih uređaja	10
Grafikon 3: Broj globalnih korisnika pametnih mobilnih uređaja	10
Grafikon 4: Promjena trenda komunikacije i poslovanja korisnika s bankama kroz godine.....	11
Grafikon 5: Korištenje mobilnog bankarstva prilikom izvršavanja platnih transakcija	12
Grafikon 6: Očekivani nestanak fizičkih poslovnica banaka i prelazak na Internet bankarstvo	13
Grafikon 7: Usporedba korištenja mobilnog bankarstva i web preglednika.....	14
Grafikon 8: Korištenje uplatne funkcije uplatno-isplatnih bankomata	16
Grafikon 9: Procijenjeni broj globalnih korisnika digitalnih novčanika	18
Grafikon 10: Plaćanje pametnim mobilnim uređajem i prelazak na bezgotovinsko plaćanje.....	18
Grafikon 11: Očekivani nestanak fizičkog novca i prelazak na bezgotovinske oblike plaćanja.....	19
Grafikon 12: Stupanj percipiranih važnosti određenih pogodnosti <i>e-bankarstva</i>	21
Grafikon 13: Percipirana sigurnost transakcija obavljenih putem Internet bankarstva i unutar fizičkih poslovnica banke	21
Grafikon 14: Važnost povoljnijih naknada/provizija.....	23
Grafikon 15: Usporedba konzervativnosti muškaraca i žena.....	25
Grafikon 16: Usporedba konzervativnosti dobnih skupina ispitanika	26
Grafikon 17: Usporedba konzervativnosti obrazovnih skupina ispitanika.....	27

DODATAK 1: ANKETA

Digitalizacija bankarskih usluga (istraživanje sklonosti građana pri usvajanju novih ponuda i usluga iz područja samoposlužnog bankarstva)

Spol

- Muški
- Ženski

Dobna skupina

- 18-29
- 30-44
- 45-59
- 60 i više

Stupanj obrazovanja

- NSS (niža stručna sprema)
- SSS (srednja stručna sprema)
- VSS (visoko obrazovanje)

Koristite li pametni telefon?

- Da
- Ne

Prilikom uplate novca na vlastiti račun koristite li uplatno-isplatne bankomate?

- Da, uvijek kad mogu koristim uplatno- isplati bankomat
- Da, ali samo za manje iznose
- Bih, ali nemam uplatno-isplati bankomat u blizini
- Ne, uvijek uplaćujem u poslovnica
- Nisam čuo/la za uplatno-isplatne bankomate
- Ne uplaćujem novac na račun

Koliko često koristite navedene načine plaćanja računa?

	Nikad	rijetko	dosta često	gotovo uvijek
mobilno bankarstvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
internet bankarstvo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
poslovnice banaka	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Koje je vaše mišljenje o naknadama/provizijama za plaćanje računa?

- Smatram da bi svi računi kućanstava trebali biti izuzeti od plaćanja naknada/provizija
- Smatram da bi se naknade/provizije općenito trebale sniziti, ali ne nužno i ukinuti
- Smatram da su naknade razumne visine
- smatram da bi se naknade na svim mjestima trebale izjednačiti

Odredite stupanj važnosti pojedinih funkcionalnosti prilikom plaćanja računa

	ključno	jako važno	poželjno	nevažno
povoljnije naknade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
sigurnost	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
brzina obavljanja transakcija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
plaćanje moguće u bilo koje doba	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jasan uvid u transakcije	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
jednostavnost obavljanja transakcija	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Koristite li mogućnost beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem umjesto karticama?

- Da, često koristim mobilni uređaj umjesto kartica
- Upoznat/a sam s uslugom, ali ipak preferiram uporabu kartica
- Nisam upoznat/a, ali zainteresiran/a sam za navedenu uslugu

- Nisam upoznat/a niti zainteresiran/a za navedenu uslugu

Nakon kojeg iznosa prelazite na bezgotovinsko plaćanje?

- gotovo uvijek plaćam bezgotovinsko -5
- za iznose veće od 100kn 3
- za iznose veće od 500 kn 0
- za iznose veće od 1000 kn -3
- uvijek plaćam gotovinom 5

Smatrate li da su transakcije u poslovnicama sigurnije od Internet bankarstva?

- Da, smatram da su transakcije u poslovnicama sigurnije 5
- Ne, smatram da su transakcije internetom sigurnije -3
- Smatram da su jednako sigurne 0

Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkog novca i potpuni prelazak na bezgotovinsko poslovanje?

- Ne, smatram da će fizički novac uvijek postojati 5
- Da, za manje od 20 godina -5
- Da, za 20-50 godina -3
- Da, ali za više od 50 godina -2

Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkih poslovnica banaka i potpuni prelazak na Internetsko poslovanje?

- Ne, smatram da će banke uvijek postojati
- Da, za manje od 20 godina
- Da, za 20-50 godina
- Da, ali za više od 50 godina

DODATAK 2: SKALA KONZERVATIVNOSTI

Prilikom uplate novca na vlastiti račun koristite li uplatno-isplatne bankomate?	
Da, uvijek kad mogu koristim uplatno- isplati bankomat	-5
Da, ali samo za manje iznose	-2
Bih, ali nemam uplatno-isplatni bankomat u blizini	-1
Ne, uvijek uplaćujem u poslovnicama	5
Nisam čuo/la za uplatno-isplatne bankomate	3
Ne uplaćujem novac na račun	0

Koliko često koristite navedene načine plaćanja računa?				
	Nikad	Rijetko	Dosta Često	Gotovo uvijek
Mobilno bankarstvo	5	3	-3	-5
Internet bankarstvo	5	3	-3	-5
Poslovnice banaka	-5	-3	3	5

Odredite stupanj važnosti pojedinih funkcionalnosti prilikom plaćanja računa				
	Ključno	Jako važno	Poželjno	Nevažno
Brzina obavljanja transakcija	-5	-3	0	5
Plaćanje moguće u bilo koje doba	-5	-3	0	5
Jasan uvid u transakcije	-4	-2	0	5
Jednostavnost obavljanja transakcija	4	2	0	-4

Koristite li mogućnost beskontaktnog plaćanja mobilnim uređajem umjesto karticama?	
Da, koristim navedenu uslugu	-5
Upoznat/a sam s uslugom, ali ipak preferiram uporabu kartica	4
Nisam upoznat/a, ali zainteresiran/a sam za navedenu uslugu	-2
Nisam upoznat/a niti zainteresiran/a za navedenu uslugu	5

Nakon kojeg iznosa prelazite na bezgotovinsko plaćanje?	
Gotovo uvijek plaćam bezgotovinsko	-5
Za iznose veće od 100kn	3
Za iznose veće od 500 kn	0
Za iznose veće od 1000 kn	-3
Uvijek plaćam gotovinom	5

Smatrate li da su transakcije u poslovnicaama sigurnije od Internet bankarstva?	
Da, smatram da su transakcije u poslovnicaama sigurnije	5
Ne, smatram da su transakcije internetom sigurnije	-3
Smatram da su jednako sigurne	0

Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkog novca i potpuni prelazak na bezgotovinsko poslovanje?	
Ne, smatram da će fizički novac uvijek postojati	5
Da, za manje od 20 godina	-5
Da, za 20-50 godina	-3
Da, ali za više od 50 godina	-2

**Očekujete li u budućnosti nestanak fizičkih poslovnica banaka i potpuni prelazak na
Internetsko poslovanje?**

Ne, smatram da će fizički novac uvijek postojati	5
Da, za manje od 20 godina	-5
Da, za 20-50 godina	-3
Da, ali za više od 50 godina	-2