

Utjecaj COVID-19 pandemije na korištenje bezgotovinskih platnih instrumenata

Črnčec, Lea

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:834693>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported/Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-17**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

**UTJECAJ COVID-19 PANDEMIJE NA KORIŠTENJE
BEZGOTOVINSKIH PLATNIH INSTRUMENATA**

Diplomski rad

Lea Črnčec

Zagreb, rujan, 2022.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij

Poslovna ekonomija – smjer Financije

**UTJECAJ COVID-19 PANDEMIJE NA KORIŠTENJE
BEZGOTOVINSKIH PLATNIH INSTRUMENATA
THE IMPACT OF THE COVID-19 PANDEMIC ON THE
USE OF CASHLESS PAYMENT INSTRUMENTS**

Diplomski rad

Lea Črnčec, 0067552562

Mentor: prof. dr. sc. Marijana Ivanov

Zagreb, rujan, 2022.

SAŽETAK

Važan dio gospodarskog sustava svake države jest platni promet čija je osnovna funkcija osigurati učinkovit prijenos novčanih sredstava između sudionika platnog sustava putem gotovinskih i bezgotovinskih transakcija. Bezgotovinsko plaćanje počinje se koristiti još 1950-ih godina korištenjem računala kojima su se automatizirali pojedini procesi, a u optjecaju su se pojavile i platne kartice. Ubrzani tehnološki razvoj te razvoj internetskog i mobilnog bankarstva i kartičnih plaćanja potiču jačanje bezgotovinskih načina plaćanja istovremeno istiskujući gotov novac. Posljednjih nekoliko godina u Republici Hrvatskoj prisutan je rast broja i vrijednosti plaćanja gotovinskim i bezgotovinskim platnim instrumentima, a utjecaj pandemije COVID-19 znatno je potaknuo širenje bezgotovinskih načina plaćanja. Društveni i ekonomski životi gotovo svih ljudi širom svijeta bili su pogođeni tim zdravstvenim rizikom, duboko mijenjajući navike i ponašanja potrošača. Cilj ovog rada je prikazati promjene navika kupnje i plaćanja potrošača tijekom i nakon pandemije te analiza utjecaja pandemije na promjene navika plaćanja u Republici Hrvatskoj uz komparaciju s državama članicama Europske Unije. Značajne su promjene kod kategorije proizvoda koje potrošači kupuju te učestalosti kupnje istih, izraženom trendu rasta online kupnje, povećanom broju beskontaktnih plaćanja te rasta udjela bezgotovinskih plaćanja u odnosu na gotovinska. Dok su neke od tih promjena privremene, druge će ostati i nakon pandemije.

Ključne riječi: pandemija, platni promet, bezgotovinski instrumenti, online trgovina, beskontaktno plaćanje

SUMMARY

An important part of the economic infrastructure of every country is the payment system whose main function is to ensure the efficient transfer of money between the participants of the payment system through cash and cashless transactions. The trend of cashless payments began in the 1950s with the use of computer automation and the payment card acceptance. Accelerated technological development and the development of Internet and mobile banking and card payments encourage the strengthening of cashless payment methods while displacing cash at the same time. In the last few years, the growth in the number and value of cash and cashless payments has also been present in Croatia, and the impact of the COVID-19 pandemic has significantly encouraged the spread of cashless payment methods. This health risk has an impact on people's social and economic lives, causing significant changes in their behaviors and habits. Therefore, the aim of this paper is to show the changes in consumer buying and payment choices during and after the pandemic, and the analysis of the impact of the pandemic on the changes in consumer payment habits in Croatia and other EU member states. Changes are visible in the type of products consumers buy and the way and frequency of buying them, the pronounced growth trend of online purchases, the increased number of contactless payments and the increase in the share of cashless payments compared to cash payments. While some of these changes are temporary, others will remain after the pandemic.

Keywords: pandemics, payment system, cashless instruments, online shopping, contactless payment

Ime i prezime studentice: Lea Črnčec

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je prijava teme isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što prikazuju korištene bilješke i bibliografija.

Izjavljujem da nijedan dio prijave teme nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog izvora te da nijedan dio prijave teme ne krši bilo čija autorska prava.

Izjavljujem, također, da nijedan dio prijave teme nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

(vlastoručni potpis studenta)

(mjesto i datum)

STATEMENT ON THE ACADEMIC INTEGRITY

I hereby declare and confirm by my signature that the final thesis is the sole result of my own work based on my research and relies on the published literature, as shown in the listed notes and bibliography.

I declare that no part of the thesis has been written in an unauthorized manner, i.e., it is not transcribed from the non-cited work, and that no part of the thesis infringes any of the copyrights.

I also declare that no part of the thesis has been used for any other work in any other higher education, scientific or educational institution.

(personal signature from student)

(place and date)

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD..... | 1 |
| 1.1. Predmet i cilj rada | 1 |
| 1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka..... | 1 |
| 1.3. Sadržaj i struktura rada | 2 |
| 2. POJAM I ZNAČAJ PLATNOG PROMETA..... | 3 |
| 2.1. Oblici i načini plaćanja | 3 |
| 2.2. Zakonodavni okvir platnog prometa..... | 4 |
| 2.3. Platne transakcije u Republici Hrvatskoj..... | 5 |
| 3. KARAKTERISTIKE BEZGOTOVINSKIH PLAĆANJA | 9 |
| 3.1. Instrumenti bezgotovinskog platnog prometa..... | 9 |
| 3.2. Nacionalne i međunarodne bezgotovinske platne transakcije | 12 |
| 3.3. Prednosti korištenja bezgotovinskih platnih instrumenata | 17 |
| 4. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA PLATNE NAVIKE GRAĐANA U HRVATSKOJ..... | 19 |
| 4.1. Korištenje gotovine i platnih kartica..... | 19 |
| 4.2. Beskontaktna plaćanja prije i tijekom COVID-19 pandemije..... | 23 |
| 4.3. Promjene navika online kupnje..... | 26 |
| 5. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA NAVIKE PLAĆANJA U ODABRANIM ČLANICAMA EUROPSKE UNIJE | 34 |
| 5.1. Čimbenici koji utječu na platne navike..... | 34 |
| 5.2. Trendovi korištenja gotovine | 38 |
| 5.3. Korištenje beskontaktnih tehnologija za kartična plaćanja..... | 42 |
| 6. ZAKLJUČAK..... | 46 |
| Literatura | 47 |
| Popis slika..... | 53 |
| Popis tablica..... | 55 |
| Životopis..... | 56 |

1. UVOD

1.1. Predmet i cilj rada

Dosad je pandemija COVID-19 utjecala na preko 220 zemalja diljem svijeta te uzrokovala više od 600 milijuna slučajeva zaraze. Ta visoka stopa zaraze te evolucija i prenošenje virusa predmet je interesa brojnih znanstvenih istraživanja i analiza. Kako bi se spriječilo širenje zaraze, brojne zemlje uvele su potpuno ili djelomično zatvaranje koje je utjecalo na životni stil ljudi. Svrha ovog rada je analiza promjene ponašanja potrošača u pogledu načina plaćanja i kupnje nastalih pod utjecajem krize uzrokovane pandemijom COVID-19. Budući da je rad trgovina bio ograničen, ili u potpunosti obustavljen potrošači se sve više okreću online kupnji, neki od njih po prvi put. Pandemija je promijenila i način na koji potrošači plaćaju. Kontinuirano raste broj kartičnih i alternativnih metoda plaćanja u odnosu na gotov novac, a zabilježen je i porast broja beskontaktnih plaćanja. Cilj ovog rada je detaljna analiza i prikaz ponašanja potrošača i promjene platnih navika tijekom pandemije u Republici Hrvatskoj i drugim državama Europske unije.

1.2. Izvori podataka i metode prikupljanja podataka

U izradi ovog rada korišteni su sekundarni izvori podataka prikupljeni iz relevantnih stranih i domaćih znanstvenih članaka, knjiga, istraživanja, publikacija međunarodnih organizacija i brojnih internetskih izvora. Također, koristit će se i slike i tablice koje se vežu uz statističke podatke zemalja članica Europske unije i Republike Hrvatske. Većina korištenih izvora podataka objavljena je tek nakon pojave pandemije u 2020. godini. Metode istraživanja koje su se pritom koristile su metoda analize, komparacije, deskripcije te induktivna i deduktivna metoda.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je organiziran u šest glavnih cjelina koje uključuju uvod i zaključak. Prvo poglavlje rada odnosi se na uvodni dio koji sadrži predmet i cilj, navodi izvore i metode prikupljanja podataka te objašnjava strukturu rada. Drugo poglavlje sadrži teorijski prikaz platnog prometa, uključujući oblike i načine plaćanja i zakonodavni okvir s posebnim osvrtom na platne transakcije u Republici Hrvatskoj. U trećem poglavlju detaljnije su opisane karakteristike bezgotovinskih plaćanja čiji rast broja i vrijednosti posljednjih nekoliko godina postaje prisutan na području gotovo svih država članica Europske unije. Prikazane su nacionalne i međunarodne bezgotovinske platne transakcije, instrumenti bezgotovinskog platnog prometa te prednosti njihovog korištenja. Četvrto poglavlje rada posvećeno je utjecaju pandemije na platne navike građana u Republici Hrvatskoj, posebno na korištenje gotovine i platnih kartica, beskontaktnih plaćanja i promjena navika kupnje koje uključuju povećanje potrošnje putem online kupovine. Nastavno na prethodno, peto poglavlje daje prikaz utjecaja pandemije na navike plaćanja u državama članicama Europske unije teorijski objašnjavajući čimbenike koji utječu na njih, trendove korištenja gotovine te korištenje beskontaktnih tehnologije za kartična plaćanja. Posljednje poglavlje rada je zaključak koji sumira glavne spoznaje provedene analize.

2. POJAM I ZNAČAJ PLATNOG PROMETA

Platni promet neizostavan je dio ekonomskog sustava svih država s temeljnom funkcijom osiguranja učinkovitog prijenosa gotovog novca kao platnog sredstva te bezgotovinskih platnih transakcija (HNB, 2020.). Čine ga instrumenti plaćanja, pravila, procedure i tehnička podrška koja omogućava prijenos informacija i novčanih sredstava od platitelja primatelju plaćanja (Filipović i sur., 2017.). Novac ne omogućava samo razmjenu roba i usluga, već je njegova uloga mnogo veća. Platni promet od velike je važnosti za provođenje uspješne monetarne politike kroz monetarne transakcije i za omogućavanje financijske stabilnosti. Jasno je da su platni sustavi temelj za funkcioniranje svih monetarnih ekonomija, bez obzira radi li se o razvijenim ekonomijama, tranzicijskim ekonomijama ili ekonomijama u razvoju (Gogoski, 2012.). Sve vrste plaćanja koja se odvijaju između subjekata temeljene na međusobnom pravnom odnosu čine platni promet.

2.1. Oblici i načini plaćanja

Prema Zakonu o platnom prometu u zemlji, osnovna podjela oblika plaćanja je na gotovinsko, bezgotovinsko i obračunsko plaćanje. Holmik i sur. navode kako su u povijesti novca postojale 3 ključne prekretnice koje su dovele do promjena u korištenju. Uvođenje kovanog novca ili poluga bila je prva koja je dovela do stvaranja standardizirane vrijednosti što je olakšalo razmjenu. Druga je bila korištenje papirnato novca koji je omogućio širenje banaka, a treća promjena koja je dovela do razvoja novih načina i mogućnosti plaćanja u vremenu globalizacije bila je uvođenje elektroničkog transfera novca (Holmik i sur, 2018.). Gotovinska plaćanja podrazumijevaju sva izravna plaćanja gotovim novcem, novčanicama i kovanicama između pravnih i fizičkih osoba te uplate i isplate gotovog novca na račun i sa računa. Gotovinska plaćanja i dalje čine važno platno sredstvo, posebno fizičkih osoba u transakcijama manjih vrijednosti. Europska središnja banka ističe kako je gotovina najčešće upotrebljavano sredstvo plaćanja u europodručju jer se u većini svakodnevnih plaćanja koriste upravo novčanice i kovanice (ECB, 2022.). S druge strane, bezgotovinska plaćanja su ona koja karakterizira izostanak plaćanja gotovinom. Prema pojašnjenju Hrvatske Narodne Banke, bezgotovinsko platno sredstvo

koje se najviše koristi u Hrvatskoj jest platna kartica. Banke i druge kreditne institucije osim tradicionalnih bankarskih usluga, svojim klijentima nude i niz usluga digitalnog bankarstva zbog potrebe potrošača za dostupnijim uslugama te nižim troškovima provođenja platnih transakcija (HNB, 2019.). Obračunsko plaćanje je plaćanje između različitih subjekata bez uporabe novca i njegovih zamjena. Oblici obračunskog plaćanja su cesija, prijeboj, asignacija i preuzimanje duga zajedno s načinom knjiženja tih platnih oblika u poslovnim knjigama (Filipović i sur, 2017.).

Platni promet može se podijeliti prema više kriterija poput vrste instrumenata plaćanja, mjesta na kojemu se nalaze sudionici, valuti plaćanja i sl. Usluge platnog prometa provode poslovne banke za stanovništvo i poduzeća, a središnje banke za države i za poslovne banke.

2.2. Zakonodavni okvir platnog prometa

Platni promet uređen je nizom zakona i propisa usklađenih sa središnjim bankama koje reguliraju njihovu provedbu. Platni sustavi koji omogućuju siguran i učinkovit tijek plaćanja od platitelja do primatelja plaćanja i između financijskih institucija uglavnom su nevidljivi, stoga svaka država mora imati utemeljenu pravnu osnovu za osiguranje ispravnog funkcioniranja i sigurnosti platnih sustava. Regulacija i nadzor sustava platnog prometa u državi u nadležnosti su središnjih banaka. Iako je primarna odgovornost za poduzimanje odgovarajućih mjera za osiguravanje ispravnog funkcioniranja i sigurnosti platnih sustava na upraviteljima platnog sustava, središnje banke imaju zadaću osigurati primjenu prudencijalnih mjera, upravljanje rizicima i dobro upravljanje sustavom.

Funkcioniranje platnih sustava u skladu je sa zakonskim regulativama, operativnim procedurama, poslovnim procesima i tehnološkim rješenjima koja omogućuju novčani prijenos između sudionika platnog sustava (HNB, 2022.).

Promicanje neometanog rada platnih sustava jedna je od statutarnih zadaća Europskog sustava središnjih banaka, ESCB-a (engl. *The European System of Central Banks*), koji se sastoji od Europske središnje banke, ECB (engl. *European Central Bank*) i nacionalnih središnjih banaka zemalja članica Europske unije (ECB, 2020.). Regulacija banaka i drugih financijskih institucija ima svrhu pružiti javnosti osjećaj povjerenja u njihovo poslovanje

na način da ih onemogućuje u preuzimanju prevelikih rizika te osigura pravednu konkurenciju na tržištu tako što sprječava stvaranje monopola i podržava stabilan razvitak (Leko i Stojanović, 2018.). HNB nadzire funkcioniranje platnog prometa na način da prikuplja i analizira izvješća institucija za platni promet, kontinuirano prati njihovo poslovanje te ih izravno nadzire i nalaže im mjere. U Hrvatskoj, kao i u drugim zemljama, platni promet zakonski je uređen. Regulacija i nadzor platnog sustava u Hrvatskoj u nadležnosti su HNB-a te uređeni Zakonom o platnom prometu i Zakonom o elektroničkom novcu (HNB, 2015.). Na njega se odnose i drugi zakoni kao i niz odluka te podzakonskih propisa HNB-a kojima se uređuje njihova provedba, a neki od njih su Zakon o konačnosti namire u platnim sustavima i sustavima za namiru financijskih instrumenata, Zakon o provedbi uredbi Europske unije iz područja platnog prometa, Zakon o deviznom poslovanju i drugi zakoni izdani od Europske unije.

Zakon o platnom prometu (ZPP) osnovni je zakon u kojem se uređuje platni promet u Hrvatskoj, a usklađen je s Direktivom Europske Unije. Njime se uređuju usluge plaćanja i pružatelji tih usluga, njihove obveze, institucije za platni promet i platni sustavi (NN, 2018.). HNB navodi kako su pružatelji platnih usluga kreditne institucije, institucije i male institucije za elektronički novac, institucije i male institucije za platni promet i registrirani pružatelji usluge informiranja o računu (HNB, 2015.). Osim Zakonom o platnom prometu, u Hrvatskoj se platni promet regulira i Zakonom o elektroničkom novcu. Njime se uređuje pojam elektroničkog novca, uvjeti osnivanja i prestanka rada institucija za elektronički novac, njegovi izdavatelji te uvjeti pod kojima institucije za elektronički novac osnovane izvan Hrvatske mogu poslovati u Hrvatskoj (NN, 2018.).

2.3. Platne transakcije u Republici Hrvatskoj

„Platni sustav u Hrvatskoj je sustav čiji je barem jedan sudionik pružatelj platnih usluga koji je odobrenje za rad dobio od HNB-a, i čiji je upravitelj osoba koja ispunjava uvjete propisane Zakonom o platnom prometu“ (Zakon o platnom prometu, čl. 117).

Prema HNB-u, platni promet u Hrvatskoj izvršava se preko pet sustava plaćanja, a to su: Hrvatski sustav velikih plaćanja (HSVP), Nacionalni klirinški sustav (NKS), NKSInst, TARGET2 i EuroNKS (HNB, 2015.).

HNB je operativni upravitelj Hrvatskog sustava velikih plaćanja (HSVP) te sustava TARGET2. Uloge HNB-a su, osim nadzora i regulacije platnog sustava, definiranje obveznika plaćanja, potrebnog sadržaja i rokova izvještavanja o izvršenim platnim uslugama. Promiče razvoj novih usluga i instrumenata plaćanja, razvoj financijskog tržišta i njegovo stabilno i sigurno funkcioniranje (HNB, 2022.). Hrvatski sustav velikih plaćanja (HSVP) je sustav čiji je upravitelj HNB i koji je započeo s radom 1999. godine. Sudionici su HNB, banke, Središnje klirinško depozitarno društvo d.d. (SKDD) i SKDD-CCP Smart Clear d.d., a platne transakcije namiruju se u realnom vremenu po bruto načelu, RTGS (engl. *Real Time Gross Settlement System*). Služi za namiru transakcija velikih iznosa u kunama za ciljem provođenja mjera monetarne politike, provođenja namire drugih banaka, provođenja transakcija na tržištu kapitala te opskrbe banaka gotovim novcem (HNB, 2022.).

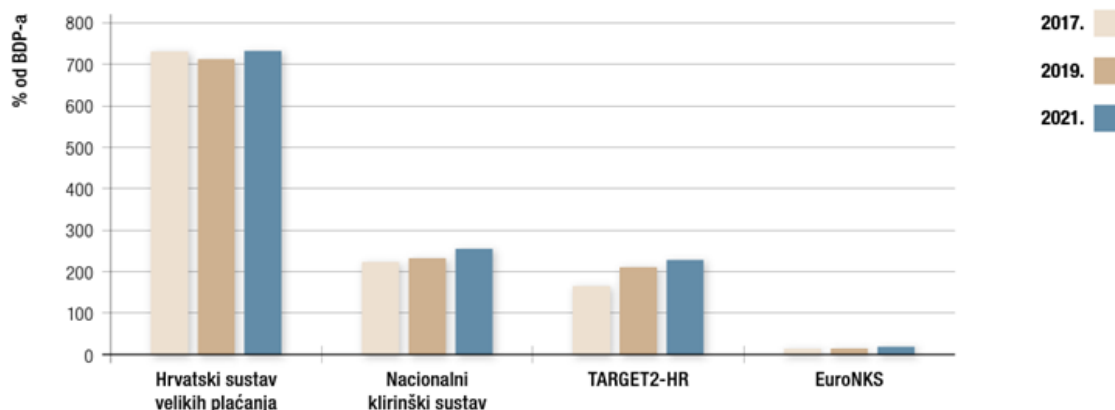
Nacionalni klirinški sustav (NKS) platni je sustav za relativno male iznose u kunama koji djeluje po neto načelu većeg broja platnih transakcija kreditnog transfera i izravnog terećenja. Upravitelj je Fina, a HNB ima ulogu agenta za namiru (HNB, 2022.) Od 2006. godine usklađen je s nacionalnim SEPA standardima koji se odnose na kreditne transfere. NKSInst predstavlja platni sustav koji je započeo s radom 2020. godine, reguliran je odredbama Zakona o platnom prometu i omogućuje provođenje trenutnih platnih transakcija izvršenih u realnom vremenu svakog dana u godini (HNB, 2022.).

TARGET2-HR komponenta je platnog sustava TARGET2 čiji upravitelj je HNB i sa svrhom namire transakcija velikih iznosa u eurima. Djeluje u realnom vremenu po bruto načelu, a cilj je pružanje usluga namire platnih transakcija i vrijednosnih papira te upravljanje likvidnošću sudionika (HNB, 2022.). EuroNKS platni je sustav koji započinje s radom 2016. godine, a bavi se obradom platne transakcije SEPA kreditnih transfera manjih iznosa u eurima. Upravitelj EuroNKS-a je Fina, a HNB ima ulogu agenta za namiru (HNB, 2022.).

Slika 1 prikazuje pregled prometa platnih sustava u Hrvatskoj iskazanog u postotku BDP-a, odnosno vrijednost prometa platnih sustava u odnosu na BDP. HSVP je platni sustav s najvećim udjelom i najvećim prometom koji je porastao u odnosu na prethodne godine te iznosi preko 800% BDP-a. Drugi po važnosti je NKS s prometom od preko 200% BDP-a,

a tijekom godina raste važnost TARGET2-HR platnog sustava koji će nastaviti s radom nakon uvođenja eura kao nacionalne valute, dok će HSVP i NKS prestati s radom,

Slika 1: Platni sustavi u Republici Hrvatskoj



Izvor: HNB (2022.), Godišnje izvješće 2021., preuzeto s <https://www.hnb.hr/-/godisnje-izvjesce-2021>

Temelj platnog sustava u Europskoj Uniji je SEPA. SEPA (engl. *Single Euro Payments Area*) projekt je jedinstvenog platnog područja u eurima kojemu je cilj formiranje univerzalnog sustava platnog prometa. U Hrvatskoj je pokrenut 2013. godine na inicijativu Nacionalnog odbora za platni promet. Područje SEPA-e pokriva sve države članice Europske unije te Norvešku, Švicarsku, Island, Monako, Lihtenštajn, Andoru, San Marino i Vatikan. Kao inicijativa europske bankarske industrije koju predstavlja Europsko vijeće za plaćanje, EPC (engl. *European Payments Council*) projekt SEPA pokrenut je 2002. godine. EPC je nadležno tijelo za donošenje odluka vezanih uz platni promet te potpora i promoviranje SEPA-e kroz razvoj platnih shema i instrumenata plaćanja (SEPA, 202.) „Platni instrumenti SEPA-e su kreditni transfer i izravno terećenje.“ (SEPA, 2022.).

„SEPA-u čine:

- jedna valuta - euro,
- jedan set platnih instrumenata (kreditni transfer, izravno terećenje i platna kartica),
- zajednička pravna osnova,

- zajednički tehnički standardi,
- infrastruktura za obradu platnih transakcija i
- zajednička poslovna pravila“ (SEPA, 2022.).

Implementacija SEPA-e u Hrvatskoj znači i djelomičnu reformu sustava plaćanja jer se njome obuhvaćaju i nacionalne platne transakcije u kunama (Filipović i sur., 2017.). 2014. godine usvojen je Nacionalni plan migracije na SEPA-u, odnosno dokument u kojem su opisani platni instrumenti i infrastrukture, propisi EU te organizacija aktivnosti i migracije u Hrvatskoj. Glavno upravljačko tijelo SEPA-e u Hrvatskoj koje je Nacionalni odbor za platni promet. Neke od prednosti koje donosi SEPA su uklanjanje tehničkih, tržišnih i pravnih barijera između zemalja u kojima se odvija plaćanje u eurima, sigurniji inozemni platni promet, brži načini plaćanja u eurima unutar zemalja članica EU/EEA i dodatne funkcionalnosti izvršenja nacionalnih naloga u kunama (Erste, 2022.).

3. KARAKTERISTIKE BEZGOTOVINSKIH PLAĆANJA

Usljed brzog razvoja tehnologije i digitalizacije razvijali su se i sustavi plaćanja. Uvođenjem platnih kartica kao sredstva plaćanja 1950-ih godina stvorene su osnove bezgotovinskog društva. Transakcijski mehanizmi koji se stalno mijenjaju i koji zahtijevaju brza i praktična plaćanja čine da se uloga plaćanja gotovinom postupno zamjenjuje instrumentima bezgotovinskog plaćanja. „Bezgotovinsko plaćanje prijenos je sredstava s računa platitelja na račun primatelja“ (Zakon o platnom prometu u zemlji, NN 117/2011.) Podrazumijeva prijenos određene svote novca s računa dužnika na račun vjerovnika. Osnovna podjela instrumenata bezgotovinskog platnog prometa je na naloge za plaćanje u odgovarajućim oblicima, obračunski ček, kreditnu i debitnu karticu te elektronički novac. Gotovinsko i bezgotovinsko plaćanje komplementarni su elementi platnog sustava (Banka za međunarodna poravnanja, 2003.). Grzelczak navodi da su „bezgotovinska plaćanja zamjena za gotov novac jer odgovaraju klasičnim funkcijama novca kao mjere vrijednosti, akumulacije i razmjene te obračunske jedinice“ (Grzelczak, 2022.).

Bezgotovinska društva postoje od vremena kada se trgovina temeljila na trampima i drugim metodama razmjene, no pravo bezgotovinsko društvo treba shvatiti u smislu kretanja prema društvu u kojem je gotovina zamijenjena digitalnim ekvivalentom, odnosno u kojem novac kao sredstvo plaćanja postoji, ali razmjenjuje se samo u elektroničkom obliku (Fabris, 2019.).

3.1. Instrumenti bezgotovinskog platnog prometa

Za plaćanje robe i usluga potrošačima su dostupni različiti platni instrumenti te imaju izbor između gotovinskih i bezgotovinskih instrumenata. U proteklom desetljeću pojavila su se nova sredstva plaćanja potaknuta brzim širenjem Interneta i napretkom digitalne tehnologije. Nove usluge nude niz inovativnih funkcija, a one uključuju digitalne novčanike i beskontaktno plaćanje.

Novi instrumenti plaćanja koji su se pojavili kao rezultat tehnološkog i informatičkog razvoja omogućuju plaćanje bez fizičke upotrebe gotovine. Razlikuju se sljedeći

instrumenti: trajni nalog, izravno terećenje, čekovi, platne kartice, a u posljednje vrijeme sve više na važnosti dobiva plaćanja e-novcem. Za razliku od tradicionalne gotovine, bezgotovinsko plaćanje ima brojne prednosti (Grzelczak, 2020.).

Balteanu (2018.) ističe kako su globalizacija poslovanja i slobodno kretanje kapitala doveli do porasta broja i vrijednosti komercijalnih i financijskih transakcija, stvarajući potrebu za sustavima plaćanja koji osiguravaju siguran i učinkovit prijenos. Prijenos sredstava mogu izvršiti pružatelji platnih usluga, a to su kreditne institucije, institucije za elektronički novac i institucije za platni temeljem naloga za plaćanje poslanog putem instrumenata bezgotovinskog plaćanja kao što su:

- platne kartice koje mogu biti debitne ili kreditne, ovisno o vrsti računa uz koji su vezane; omogućuju plaćanja trgovcima i podizanje gotovine korištenjem bankomata,
- izravna terećenja; zahtijevaju instrukcije koje je korisnik dao svojoj banci da izvrše redovita plaćanja na unaprijed utvrđen datum izravno sa svojih računa;
- kreditni transferi; zahtijevaju instrukciju za plaćanje koju klijent (dužnik/kupac) daje svojoj banci za prijenos određenog iznosa novca na račun vjerovnika,
- čekovi; putem njih osoba (trasat) daje upute svojoj banci da izvrši isplatu s određenog računa trećem korisniku, uz predočenje dokumenata,
- instrumenti elektroničkog novca (Balteanu, 2018.)

Platne kartice najčešće se dijele na debitne i kreditne. Debitne kartice povlače novac izravno s tekućeg računa potrošača prilikom kupnje. Trgovac zatim šalje transakciju svojoj banci, a ona se prebacuje na račun trgovca. S druge strane, kreditne kartice omogućuju potrošačima da posude novac uz kreditnu liniju poznatu kao kreditni limit kartice. Kartica se koristi za osnovne transakcije koje se odražavaju na računu kupca, izdavatelj plaća trgovcu, a nakon što kupac zaprimi račun, on plaća izdavatelju kartice. Kreditne kartice imaju visoke kamatne stope u usporedbi s većinom zajmova, a stanje kreditne kartice i povijest plaćanja mogu utjecati na kreditni rezultat korisnika (Caldwell, 2022.).

Izravna terećenja instrument su plaćanja koji klijentima banaka (dužnicima) omogućuje plaćanje nakon autorizacije terećenja njihovog bankovnog računa, prethodno dane

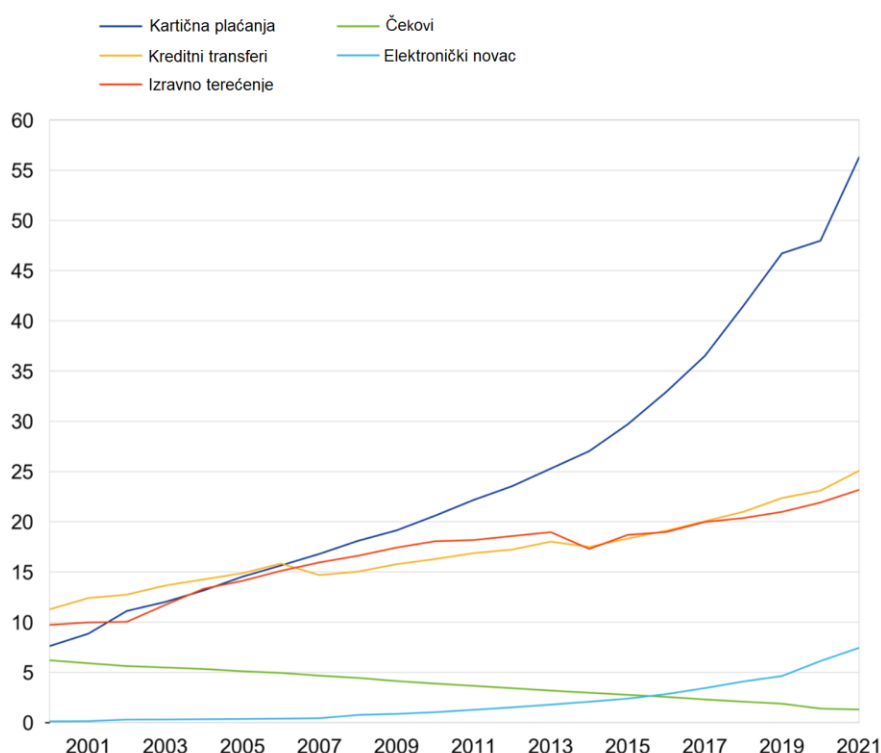
vjerovniku. Izravna zaduženja omogućuju bankovnim klijentima da izvrše sve vrste plaćanja koja proizlaze iz dugoročnih ili jednokratnih ugovora, na primjer osiguranja, rata stanarine ili kredita. Izravna terećenja također se mogu koristiti za jednokratna plaćanja, a za vjerovnike predstavljaju učinkovito sredstvo naplate. (Banco de Portugal, 2022.) HNB definira izravno terećenje kao „platnu uslugu za terećenje računa za plaćanje platitelja pri čemu platnu transakciju inicira primatelj plaćanja na temelju platiteljevog pristanka danog primatelju plaćanja, primateljevom pružatelju platnih usluga ili samom pružatelju platnih usluga platitelja.“ (HNB, 2022.) Kreditni transfer je transakcija kojom pružatelj platnih usluga na temelju naloga platitelja prenosi sredstva na račun primatelja (HNB, 2015.). Kreditni prijenos omogućuje potrošačima prijenos sredstava sa svog štednog računa na drugi račun putem aplikacija internetskog ili mobilnog bankarstva. Potrošači također mogu prenijeti kredit sa svog štednog računa u svoj elektronički novčanik kako bi platili svoju kupnju. (Ong i Chong, 2022.). Ček je platni instrument kojim izdavatelj nalaže da iz svog pokrića druga osoba isplati određenu svotu novca zakonitom imatelju. Ček sadrži oznaku da je ček, bezuvjetni uput da se plati određena svota novca iz trasantovog pokrića, ime onoga koji treba platiti (trasat), mjesto gdje treba platiti, oznaka dana i mjesta izdanja čeka i potpis onoga koji je ček izdan. (NN, 1994.).

Elektronički novac (e-novac) definira se kao elektronička pohrana novčane vrijednosti na tehničkom uređaju koja se može koristiti za plaćanje subjektima koji nisu izdavatelj e-novca. Uređaj djeluje kao *prepaid* nositeljski instrument koji ne uključuje nužno bankovne račune u transakcije. Proizvodi e-novca mogu se temeljiti na hardveru ili softveru, ovisno o tehnologiji koja se koristi za pohranjivanje novčane vrijednosti (ECB, 2022.).

Najvažniji instrumenti plaćanja u zemljama euro zone su kartice, kreditni transferi, izravno terećenje, e-novac i čekovi. Prema podacima ECB-a, ukupan broj bezgotovinskih plaćanja u europodručju u 2021. godini porastao je za 12,5% na 114,2 milijarde u odnosu na prethodnu godinu. Ukupna vrijednost također je porasla za 18,6% na 197 bilijuna eura. Kartična plaćanja činila su 49% ukupnog broja transakcija, kreditni transferi 22% i izravna terećenja 20%. Slika 2 prikazuje promjene u korištenju glavnih instrumenata plaćanja u europodručju od 2000. do 2021. godine. Vidljiv je znatan porast udjela kartičnih plaćanja koji čini većinu svih korištenih platnih instrumenata. Međutim, relativna popularnost svake vrste usluge plaćanja i dalje se uvelike razlikuje među zemljama europodručja. U 2018.

kartična plaćanja činila su nešto više od 70% svih bezgotovinskih plaćanja u Portugalu, u usporedbi s oko 23% u Njemačkoj. (ECB, 2022.) Primjetan je rast elektroničkog plaćanja posljednjih godina, dok korištenje čekova pada tijekom posljednjeg desetljeća čineći samo 2% ukupnih bezgotovinskih plaćanja u 2021. godini.

Slika 2: Korištenje glavnih platnih instrumenata u europodručju



Izvor: ECB (2022.), *Payment statistics: 2021*, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/press/pr/stats/paysec/html/ecb.pis2021~956efe1ee6.en.html>

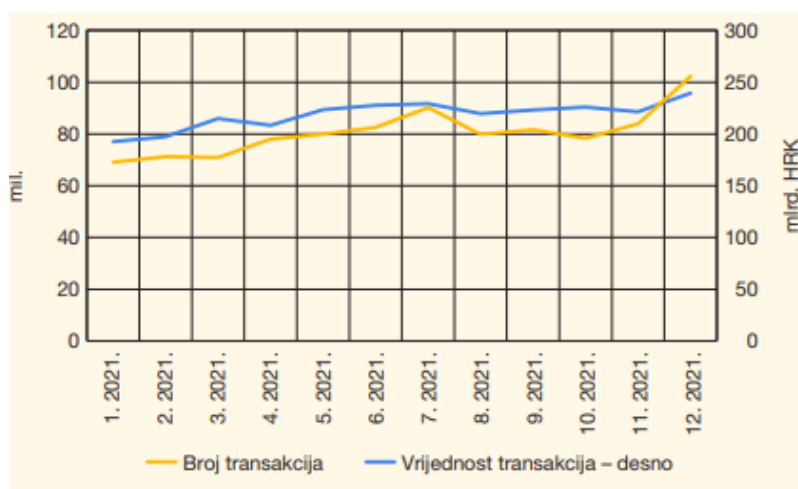
3.2. Nacionalne i međunarodne bezgotovinske platne transakcije

Prema definiciji HNB-a, nacionalne bezgotovinske platne transakcije su „transakcije u čijem izvršavanju sudjeluju platitelj pružatelj platnih usluga i pružatelj platnih usluga primatelja plaćanja ili samo jedan pružatelj platnih usluga, a koji se nalaze u Republici Hrvatskoj“ (HNB, 2022.). Podaci su grupirani u 5 kategorija: poslani kreditni transferi,

usluga plaćanja računa, izravna terećenja, terećenja bez naloga i transakcije platnim karticama izdanim u RH (HNB, 2022.).

Slika 3 prikazuje ukupan broj i vrijednost nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija u 2021. godini. Ukupno je izvršeno 1049,4 milijuna transakcija u vrijednosti od 2420,1 milijuna kuna. U Odnosu na 2020. godinu došlo je do porasta od 10% u ukupnom broju i 3,7% u ukupnoj vrijednosti.

Slika 3: Broj i vrijednost nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija

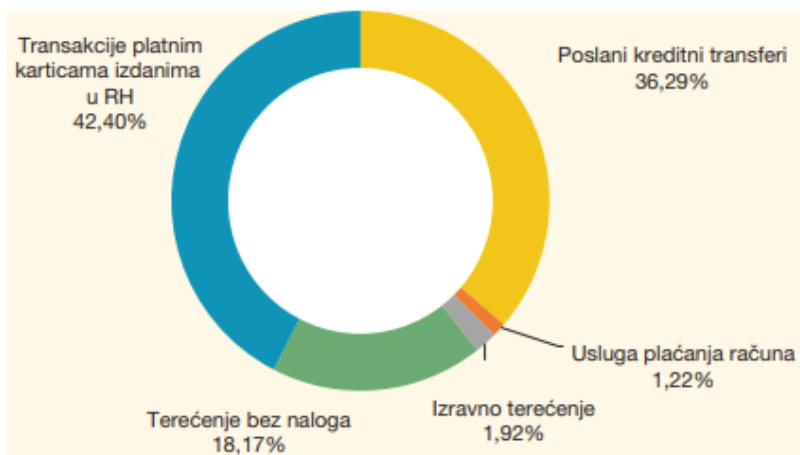


Izvor: HNB (2022.), *Bezgotovinske platne transakcije*, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4220911/h-bpt-2021.pdf/0b25821a-2426-8c2f-c849-bf047bdb995d>

Na slici 4 prikazana je struktura nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija na kojoj je vidljivo kako se najveći udio od 42,4% odnosio na transakcije platnim karticama izdanim u Hrvatskoj, zatim transakcije poslanih kreditnih transfera 36,29% i transakcije terećenja bez naloga 18,17%. Manji udio imaju transakcije izravnog terećenja, 1,92% i usluge plaćanja računa, 1,22%.

Slika 4: Struktura nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija

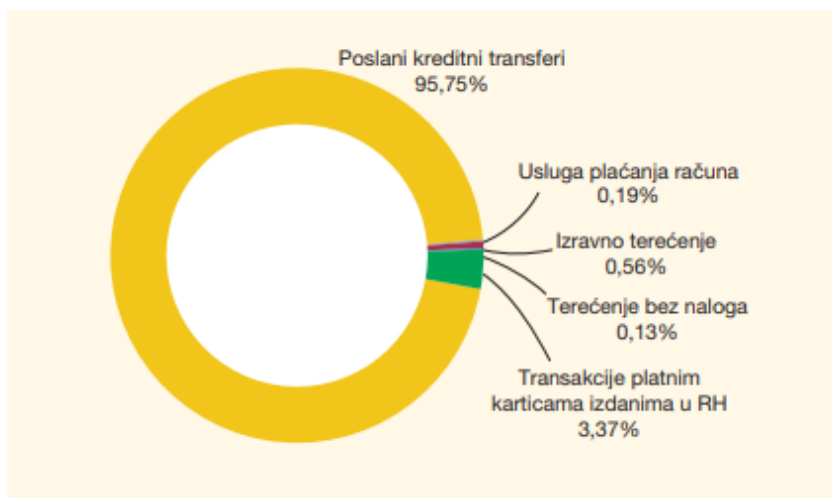


Izvor: HNB (2022.), *Bezgotovinske platne transakcije*, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4220911/h-bpt-2021.pdf/0b25821a-2426-8c2f-c849-bf047bdb995d>

Prema strukturi nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prikazanih na slici 5, poslani kreditni transferi imaju jako visok udio od 95,75%. Oni su dominantna platna usluga u Hrvatskoj i uključuju sve nacionalne kreditne transfere izvršene na teret računa za plaćanje potrošača, poslovnih subjekata i kreditnih institucija u Hrvatskoj (HNB, 2022.). Može se zaključiti da je razlog visokom udjelu kreditnih transfera u ukupnoj vrijednosti nacionalnih bezgotovinskih transakcija u tome što se koriste pri provođenju transakcija veće vrijednosti. Kreditni transferi koriste se za plaćanja među trgovačkim društvima, trgovačkih društva i banaka, isplate mirovina i plaća te plaćanja između fizičkih osoba. (HNB, 2022.).

Slika 5: Struktura nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prema vrijednosti izvršenih transakcija



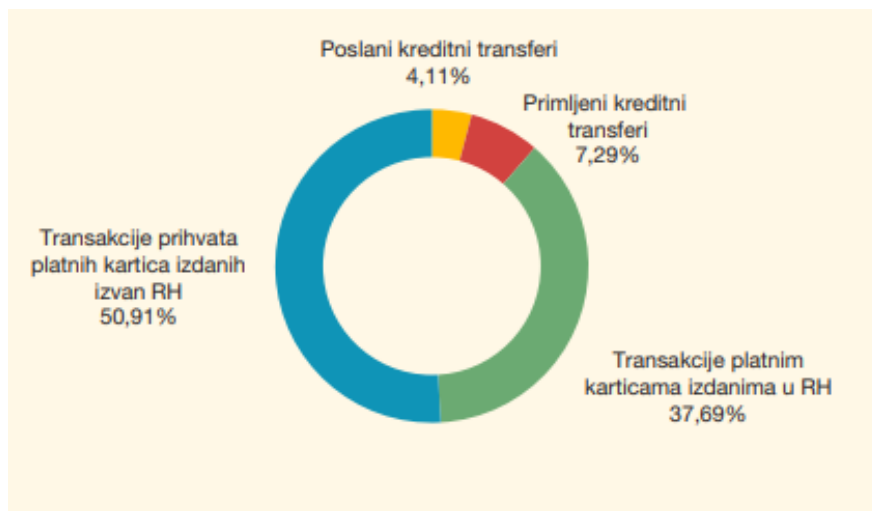
Izvor: HNB (2022.), *Bezgotovinske platne transakcije*, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4220911/h-bpt-2021.pdf/0b25821a-2426-8c2f-c849-bf047bdb995d>

S druge strane, prema definiciji HNB-a, međunarodna bezgotovinska platna transakcija je „transakcija u čijem izvršavanju sudjeluju dva pružatelja platnih usluga od kojih se jedan nalazi u Hrvatskoj, a drugi izvan Hrvatske.“ (HNB, 2022.). Međunarodne bezgotovinske platne transakcije uključuju poslane i primljene kreditne transfere te transakcije platnim karticama izdanim u Hrvatskoj i izvan Hrvatske.

Slika 6 prikazuje strukturu međunarodnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija te je vidljivo kako najveći udio čine transakcije prihvata platnih kartica izdanih izvan Hrvatske, 50,91%, a slijede transakcije platnim karticama izdanim u Hrvatskoj, 37,69%.

Slika 6: Struktura međunarodnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija

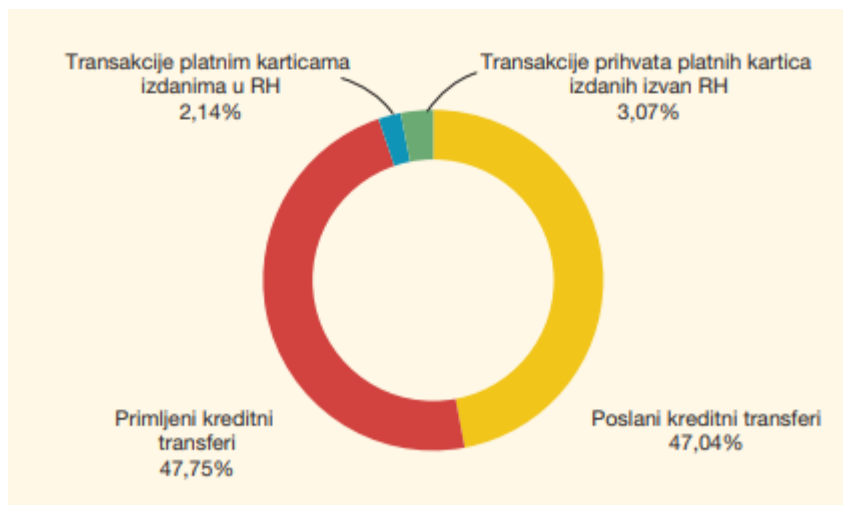


Izvor: HNB (2022.), *Bezgotovinske platne transakcije*, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4220911/h-bpt-2021.pdf/0b25821a-2426-8c2f-c849-bf047bdb995d>

Po strukturi međunarodnih bezgotovinskih transakcija prema vrijednosti izvršenih transakcija najveći udio čine primljeni i poslani kreditni transferi. Kreditni transferi se koriste kod platnih transakcija većih vrijednosti i to je razlog visokog udjela. Prosječna vrijednost međunarodnog kreditnog transfera znatno je veća od prosječne vrijednosti međunarodne transakcije karticom (HNB, 2022.).

Slika 7: Struktura međunarodnih bezgotovinskih platnih transakcija prema vrijednosti izvršenih transakcija



Izvor: HNB (2022.), *Bezgotovinske platne transakcije*, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4220911/h-bpt-2021.pdf/0b25821a-2426-8c2f-c849-bf047bdb995d>

3.3. Prednosti korištenja bezgotovinskih platnih instrumenata

Svaki dan potrošači koriste različita sredstva plaćanja kako bi mogli platiti svoje dnevne potrebe, primjerice u trgovinama ili restoranima. Tradicionalno su koristili papirne instrumente plaćanja poput gotovine i čekova, no danas su im na raspolaganju i različiti elektronički instrumenti plaćanja. Njihova plaćanja podupiru sustavi plaćanja u maloprodaji koji olakšavaju razmjenu novca, dobara i usluga različitim platnim instrumentima između potrošača i poduzeća. Sustavi plaćanja u maloprodaji koji su sigurni, učinkoviti i pouzdani temelj su svakog modernog gospodarstva koje dobro funkcionira (Jonker, 2015.).

Iako plaćanje gotovinom ima mnoge prednosti od kojih se može izdvojiti opća prihvaćenost u društvu, anonimnost kupaca, jednostavnost i sigurnost, neki od problema s gotovinskim transakcijama bili su neugodno rukovanje gotovinom i ograničena dostupnost bankovnih usluga za olakšavanje podizanja gotovine (Ong i Chong, 2022).

Iako postoje i prednosti i nedostaci bezgotovinskog plaćanja, današnja sigurna tehnologija osigurava da prednosti uvelike nadmašuju nedostatke. Prednosti se odnose na praktičnost,

sigurnost, brzinu, prilagodljivost i točnost. Praktičnost se očituje u pogodnosti za potrošače koji ne moraju nositi papirnati novac i kovanice te tražiti bankomate i poslovnice banaka kako bi imali pristup novcu. Okina (2022) navodi kako bezgotovinske transakcije potrošačima čine život ugodnijim i potiču potrošnju. Na primjer, javni prijevoz puno je lakše koristiti s unaprijed plaćenim karticama za prijevoz, a turisti troše više kada imaju druge opcije plaćanja osim gotovine. Dalje, držanje gotovine povećava rizik od pljačke dok bezgotovinski instrumenti omogućuju sigurnost uz korištenje alata poput enkripcije i biometrijske zaštite za pristup. Brzina je također važna značajka budući da sa sigurnim mobilnim ili digitalnim novčanikom potrošači mogu jednostavno izvršavati plaćanja, pristupati potrebnim podacima o računu, plaćati različite usluge putem aplikacije na pametnom telefonu i ubrzati cijeli proces (Gundaniya, 2022.). Postoji širok raspon aplikacija i usluga za bezgotovinsko plaćanje koje nude svestranost i kupcima i prodavačima. Također, bezgotovinskim plaćanjem teže je sakriti pranje novca i porezne prijevare budući da digitalne transakcije stvaraju evidenciju svake izvršene i primljene uplate. Time se smanjuje i stopa kriminala jer se ilegalna trgovina oslanja na gotovinska plaćanja kako bi se olakšala i prikrila plaćanja (Andrews, 2021.).

4. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA PLATNE NAVIKE GRAĐANA U HRVATSKOJ

Pandemija COVID-19 promijenila je svakodnevne živote ljudi diljem svijeta mijenjajući pritom i način na koji plaćaju. Zaključeno je kako virus COVID-19 može preživjeti na površinama, a istraživanje koje je proveo Van Doremalen (2020) otkriva kako virus može preživjeti 3 sata u zraku, 24 sata na kartonu, i još dulje na drugim tvrdim površinama. Ipak, znanstvenici potvrđuju da je vjerojatnost prijenosa putem novčanica mala u usporedbi s drugim predmetima koji se često dodiruju. Do danas nema poznatih slučajeva prijenosa Covid-19 putem novčanica ili kovanica (Auer, 2020.). Na početku pandemije pojavila su se uvjerenja kako sredstvo putem kojeg se virus može širiti može biti i gotovina (novčanice i kovanice). Otkriće da bi korištenje gotovine mogla dovesti do širenja virusa dovelo je do panike jer se gotovina često koristila kod transakcija manjih vrijednosti i za kupnju osnovnih namirnica (Allam, 2020.). Na tržištu platnih usluga došlo je do značajnih pomaka uzrokovanih naglom pojavom pandemije COVID-19 koja je potaknula velike i brze promjene u gospodarskoj aktivnosti, uključujući promjene ponašanja potrošača. Kako se utjecaj virusa COVID-19 ubrzavao, a zdravstvena kriza je proglašena pandemijom, uredi i poduzeća su se zatvarali ili su se suočavali s ograničenjima kapaciteta, a mnogi ljudi su ostajali kod kuće i izbjegavali osobnu kupnju. Kao rezultat toga kupovne navike potrošača mijenjale su se u smislu vrste proizvoda i usluga koje kupuju, učestalosti kupnje te načinu plaćanja. Podaci HNB-a pokazuju kako je pandemija utjecala na smanjenje ekonomske aktivnosti u Hrvatskoj zbog smanjene ukupne potrošnje do koje je došlo zbog mjera Stožera i opreza građana. Promjene su vidljive u rastu online kupnje koja je postala prvi izbor za mnoge potrošače koji su više vremena provodili kod kuće, provođenju beskontaktnih platnih transakcija te ubrzanog rasta korištenja bezgotovinskih platnih instrumenata u odnosu na gotovinu.

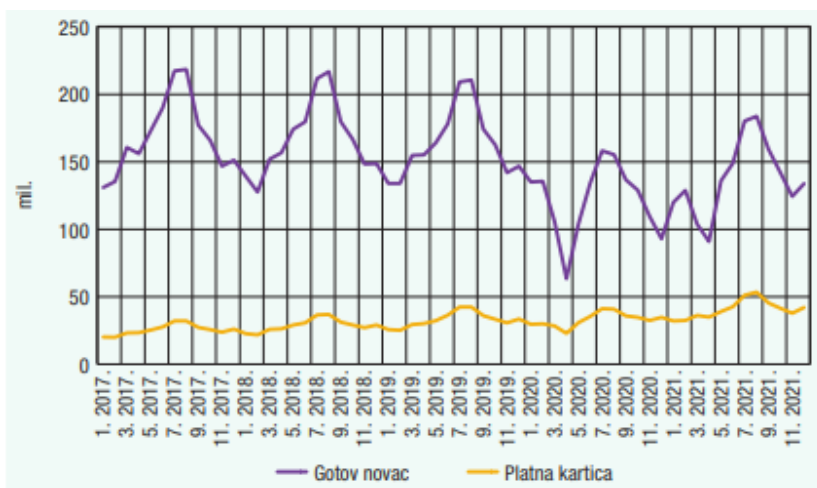
4.1. Korištenje gotovine i platnih kartica

Banke surađuju s pružateljima usluga digitalnog novca i drugim *FinTech* tvrtkama kako bi pružile širok spektar opcija plaćanja (Crowder, 2020.). Uz preporuke socijalnog

distanciranja i ostanka kod kuće, digitalno bankarstvo je omogućavalo potrošačima pristup financijskim uslugama putem Interneta. Pojava COVID-19 dovela je do rasta online plaćanja i opcija bezgotovinskog plaćanja. Povijesni podaci pokazuju kako je plaćanje gotovim novcem najrašireniji oblik plaćanja potrošača u Republici Hrvatskoj. Promatrajući petogodišnje razdoblje od 2017. do 2021. godine, vidljiv je trend postupnog povećanja udjela kartičnog plaćanja u odnosu na gotov novac.

Prema podacima HNB-a, od ukupnog broja od 2.202,55 milijuna izdanih računa u 2021. godini, 75% je plaćeno gotovinom, 22% karticama i 3% drugim načinima plaćanja koji uključuju čekove i transakcijske račune. U 2017. godini taj omjer bio je znatno drugačiji - gotovim novcem plaćeno je 86,1% izdanih računa, platnim karticama 12,5%, a ostalim načinima plaćanja 1,4% što ukazuje na trend smanjenja broja gotovinskih transakcija.

Slika 8: Usporedni prikaz korištenja različitih instrumenata plaćanja – broj



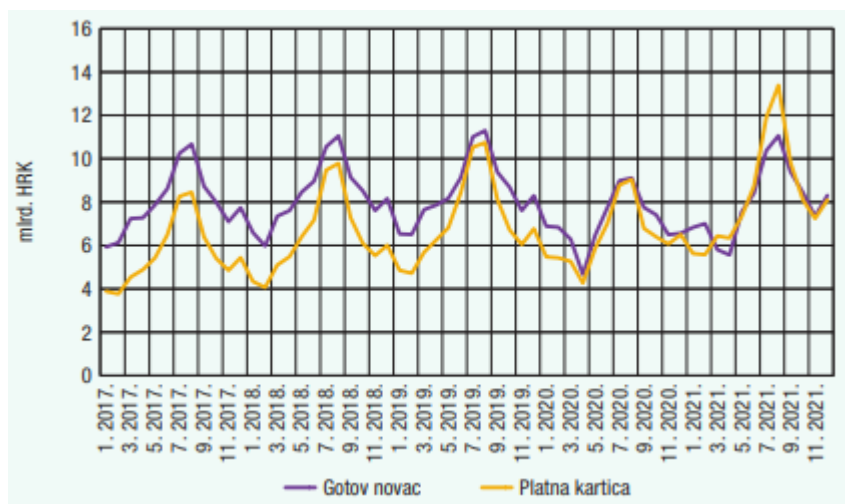
Izvor: HNB (2022.), Platne kartice i kartične transakcije, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4217519/h-pkkt-2021.pdf/3dd1556a-e11a-aae5-5157-d2d321ea8741>

Prema vrijednosti obavljenih transakcija u 2017. godini, 56,1% odnosio se na plaćanja gotovinom, 37,2% na kartična plaćanja, a 6,7% činili su ostali oblici plaćanja. U 2021. godini udio plaćanja gotovim novcem u ukupnoj vrijednosti svih transakcija iznosio je 47%, udio kartičnih transakcija 48% te 5% odnosi se na ostale oblike plaćanja. I po

vrijednosti transakcija vidljiv je rast udjela vrijednosti transakcija plaćenih karticama u odnosu na gotovinu.

Slika 9: Usporedni prikaz korištenja različitih instrumenata plaćanja – vrijednost u kunama



Izvor: HNB (2022.), *Platne kartice i kartične transakcije*, preuzeto s:

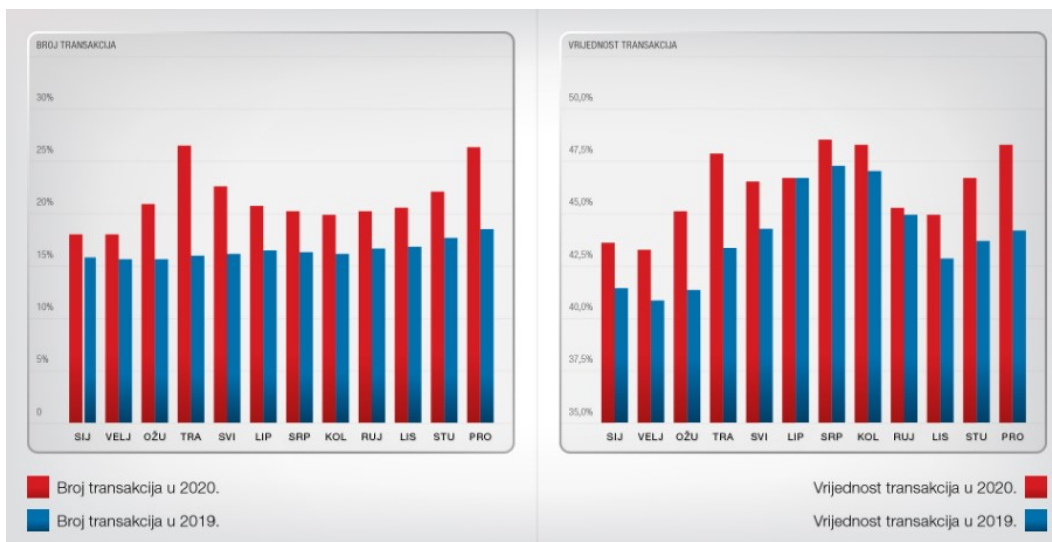
<https://www.hnb.hr/documents/20182/4217519/h-pkkt-2021.pdf/3dd1556a-e11a-aae5-5157-d2d321ea8741>

Gotov novac je i dalje znatno zastupljeniji po broju transakcija u odnosu na platne kartice, no vidljiv je trend postepenog smanjivanja udjela broja i vrijednosti transakcija plaćenih gotovim novcem. U 2019. godini broj transakcija plaćenih gotovim novcem iznosio je 84%, u 2020. godini 78%, a u 2021. godini zadržao se na 75%. Sve više potrošača koristi kartice prilikom plaćanja koje polako potiskuju gotovinu, a u Hrvatskoj udio kartičnih plaćanja u odnosu na gotovinska u prosjeku raste oko 2 p.b. godišnje.

Prema podacima HNB-a o utjecaju pandemije na navike plaćanja u Hrvatskoj, u 2020. godini nastavljen je trend rasta udjela kartičnih plaćanja te su restriktivne mjere Stožera donesene u ožujku dovele do bržeg rasta udjela kartičnog plaćanja uspoređujući s istim razdobljem godinu ranije. Nakon ljetnog popuštanja mjera došlo je do usporenog rasta udjela kartičnih plaćanja, no i dalje je na višim razinama nego u isto razdoblje 2019. godine. Promatrajući vrijednosti transakcija, prisutan je trend bržeg rasta udjela kartičnih plaćanja u početnim mjesecima 2020. godine uz snažne oscilacije od svibnja do prosinca

koje mogu biti posljedica trošenja zaliha gotovog novca kojeg su građani sačuvali tijekom prvih mjeseci pandemije i potresa u Zagrebu (Mišić, 2021.).

Slika 10: Udio platnih kartica u odnosu na gotov novac



Izvor: HNB (2021.), Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH, preuzeto s: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh>

Platne navike potrošača trajno su se promijenile tijekom pandemije te zadržale u smjeru snažnijeg rasta udjela bezgotovinskog plaćanja, no budući da je gotovinsko plaćanje i dalje dominantan oblik plaćanja u Hrvatskoj, potrošači trebaju imati izbor između različitih vrsta plaćanja (HNB, 2020.).

Zanimljivo istraživanje *Masterindex* o navikama korištenja financijskih usluga proveo je i objavio Mastercard u suradnji s agencijom za istraživanje tržišta Improve u svibnju 2021. godine. Podaci ovog istraživanja obuhvaćaju uzorak od 1043 korisnika bankovnih usluga u Hrvatsko. 58% ispitanika odabralo je plaćanje debitnom karticom kao najčešću metodu plaćanja na prodajnim mjestima. Plaćanje gotovim novcem koristi se za plaćanje manjih iznosa, a najčešći razlog je navika i jednostavnost plaćanja. Debitne kartice najzastupljenije su i u plaćanjima manjih iznosa (do 100 kn) te čine 49%. Slijedi gotovinsko plaćanje, 36%, zatim plaćanje kreditnim karticama, 12% i mobilno plaćanje, 3%.

Niz studija pokazalo je netočnim da su potrošačke odluke o kupnji neovisne o instrumentu plaćanja, odnosno da platni instrument utječe na potrošnju. Prelec i Simester (2001.) objavili su rezultate svog istraživanja koji pokazuju kako potrošači troše više kada plaćaju kreditnom karticom nego gotovinom. Razlog tomu je činjenica da se proizvodi kupljeni kreditnom karticom odvajaju od emocija te se tako potrošači mogu usredotočiti na prednosti kupnje umjesto na trošak, odnosno plaćanje karticom otežava fokusiranje na trošak ili racionalnu analizu troškova i koristi.

4.2. Beskontaktna plaćanja prije i tijekom COVID-19 pandemije

Beskontaktna funkcionalnost platnih kartica omogućila je praktičnije korištenje kartičnog plaćanja što je pridonijelo njegovoj povećanoj upotrebi. Ono predstavlja bežičnu financijsku transakciju u kojoj kupac autorizira novčanu naknadu za kupnju pomicanjem sigurnosnog tokena u neposrednoj blizini prihvatnog uređaja koji posjeduje čitače za beskontaktna plaćanja. Tehnologije beskontaktnog plaćanja realizirane su kao jedna od metoda za smanjenje rizika od prijenosa COVID-19 kako bi se izbjegao fizički kontakt s površinama kao što su novčanice.

To je način kupnje debitnom ili kreditnom karticom, ali bez provlačenja kartice ili unosa PIN-a. Koristi RFID (engl. *Radio-frequency identification*) tehnologiju i komunikaciju bliskog polja NFC (*Near-field communication*) za sigurnu razmjenu podataka o plaćanju. Beskontaktno plaćanje moguće je izvršiti karticom, pametnim telefonom ili čak pametnim satom (Curt del Principe, 2022.). Da bi se nešto platilo beskontaktnim plaćanjem, potrebno je karticu ili mobilni telefon držati blizu terminala za plaćanje (RFID čitača) koji dohvati signal i komunicira s karticom u evidenciji za obradu plaćanja. (Sivens, Siegal 2020)

Beskontaktna kartica može se prepoznati po simbolu koji se naziva indikator beskontaktnosti. Indikator izgleda kao Wi-Fi simbol okrenut okomito i bit će istaknut na debitnoj ili kreditnoj kartici. Također, čitač kartica koji može prihvatiti beskontaktno plaćanje može se prepoznati ako ima odgovarajući simbol beskontaktnog plaćanja koji izgleda kao ruka koja drži karticu u blizini beskontaktnog indikatora (Curt del Principe, 2022.).

Slika 11: Simbol beskontaktnog plaćanja



Izvor: Raiffeisenbank Hrvatska, Beskontaktno plaćanje, preuzeto s: <https://www.rba.hr/srednja-i-velika-poduzeca/korisne-informacije/beskontaktno-placanje>

U Hrvatskoj je prisutan trend uključivanja beskontaktnih tehnologija u posljednjih nekoliko godina. Navedena promjena uključuje izdavatelje beskontaktnih platnih kartica koji korisnicima izdaju kartice koje najčešće imaju EMV (*Europay, Mastercard i Visa*) čip, magnetnu traku i beskontaktnu funkcionalnost uz zadržavanje svih funkcionalnosti kontaktnih kartica. Također, promjena se odnosi i prihvatitelje transakcija koji uključuju beskontaktnu bankomate koji su uvedeni u ožujku 2017. godine i EFTPOS uređaje koji omogućuju iniciranje beskontaktnih transakcija (HNB, 2020.).

Tablica 1 pokazuje usporedni prikaz broja kontaktnih i beskontaktnih kartica izdanih u Hrvatskoj u 2019. godini kao godini prije dolaska pandemije, te 2021. čiji rezultati mogu pokazati utjecaj pandemije na korištenje platnih instrumenata. U 2019. godini od ukupnog broja izdanih kartica, 38,5% činile su beskontaktnu platne kartice. Podaci iz 2021. godine upućuju na nastavak trenda izdavanja beskontaktnih platnih kartica jer je tada udio iznosio 66,87%. Daljnji rast udjela ovisi o izdavateljima beskontaktnih kartica i dinamici zamjene starih kartica novima (HNB, 2022.).

Do značajnog porasta broja beskontaktnih platnih kartica tijekom 2020. godine u odnosu na kontaktne platne kartice došlo je zbog povećanja najvećeg dozvoljenog iznosa transakcije kod koje nije potreban unos PIN-a na 250,00 kn (s tadašnjih 100,00 kuna). Taj iznos pokriva većinu plaćanja budući da je prosječna vrijednost platne transakcije izvršena karticom oko 225,00 kuna u Hrvatskoj posljednjih godina (HNB, 2020.).

Tablica 1: Broj kontaktnih i beskontaktnih platnih kartica izdanih u RH u 2019. i 2021. godini

| Vrsta platne kartice | Kontaktna | Beskontaktna | Ukupno |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|
| Debitna platna kartica | 4.110.030 | 2.785.933 | 6.895.963 |
| Kreditna platna kartica | 1.560.671 | 768.218 | 2.328.889 |
| Ukupno (2019.) | 5.670.701 | 3.554.151 | 9.224.852 |
| Debitna platna kartica | 2.462.729 | 4.457.871 | 6.920.600 |
| Kreditna platna kartica | 427.431 | 1.374.696 | 1.802.127 |
| Ukupno (2021.) | 2.890.160 | 5.832.567 | 8.722.727 |

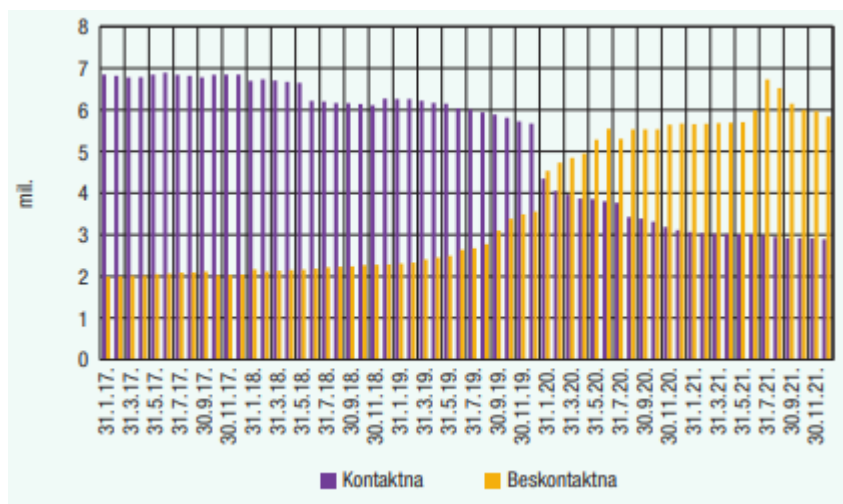
Izvor: Izrada autora prema HNB (2020.) i HNB (2022.), preuzeto s

<https://www.hnb.hr/documents/20182/3337061/h-pkkt-2019.pdf/2b89a97c-2d9b-7780-a8aa-0a44fadb9e82> i

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4217519/h-pkkt-2021.pdf/3dd1556a-e11a-aae5-5157-d2d321ea8741>

Slika 12 također prikazuje broj kontaktnih i beskontaktnih platnih kartica izdanih u 2021. godini u Hrvatskoj. Od ukupnog broja debitnih i kreditnih platnih kartica, kontaktnih je 2.890.160 (33,13%), dok je beskontaktnih kartica 5.832.567 (66,87%) što upućuje na nastavak trenda izdavanja beskontaktnih platnih kartica budući da je 31. prosinca 2020. taj broj iznosio 5.670.596 ili 65% od ukupnog broja. Tijekom 2021. godine također je prisutan i trend smanjivanja udjela broja kontaktnih platnih kartica s 35% u 2020. na 33.13%.

Slika 12: Broj kontaktnih i beskontaktnih platnih kartica

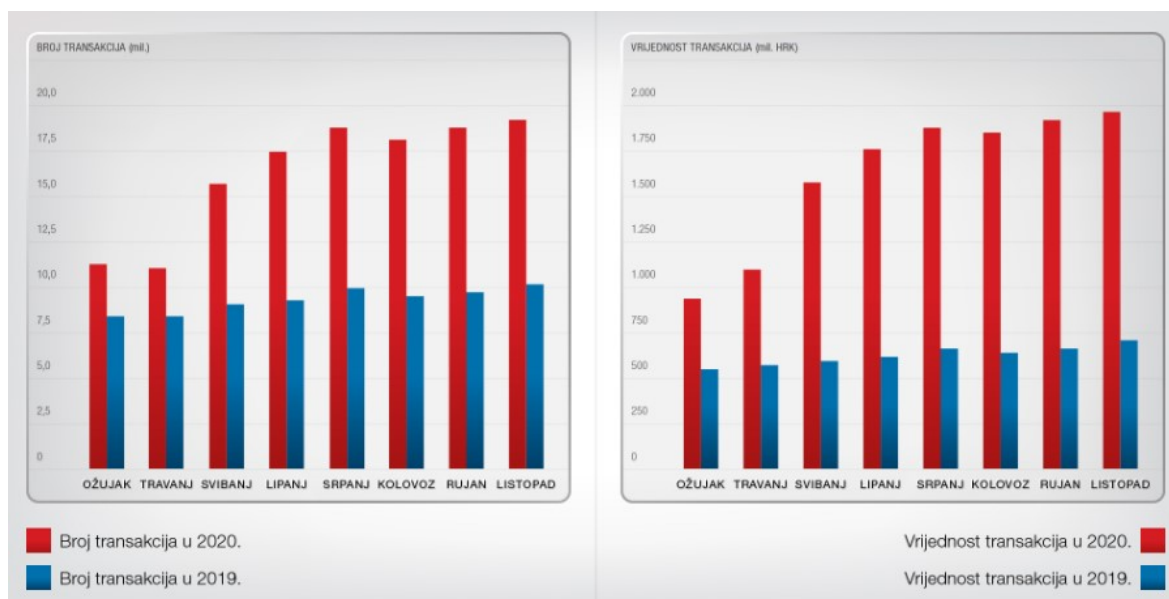


Izvor: HNB (2022.), Platne kartice i kartične transakcije, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/documents/20182/4217519/h-pkkt-2021.pdf/3dd1556a-e11a-aae5-5157-d2d321ea8741>

Iz usporednog prikaza broja i vrijednosti beskontaktnih transakcija u 2019. i 2020. godini primjetan je značajan porast i broja i vrijednosti transakcija do kojih je došlo zbog povećanja najvećeg dozvoljenog iznosa bez unosa PIN-a te zbog preporuka za korištenjem beskontaktnih tehnologije.

Slika 13: Beskontaktna transakcije



Izvor: HNB (2021.), Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH, preuzeto s: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh>

4.3. Promjene navika online kupnje

Preporukama Svjetske zdravstvene organizacije i Stožera civilne zaštite definirali su se okviri za poslovanje trgovina na malo. Sukladno epidemiološkim mjerama, preporukama i ograničenjima koja su uključivala što kraći boravak u skupinama u zatvorenim prostorima, fizičku distancu, obavezno nošenje maske za lice, dezinfekciju ruku, ograničen broj košarica i kolica i sl. (HZJZ, 2020.). Tijekom pandemije ljudi su bili prisiljeni ostati unutar svojih domova zbog karantene koja je bila obavezna u cijeloj državi, a strah od bolesti i organizacija rada trgovina utjecale su na kupovno ponašanje potrošača, čineći proces

kupnje napornijim i stresnijim. U određenim slučajevima, lokalne vlasti poticale su internetsku kupnju kako bi se spriječilo širenje bolesti (Mehrolija i sur., 2021.).

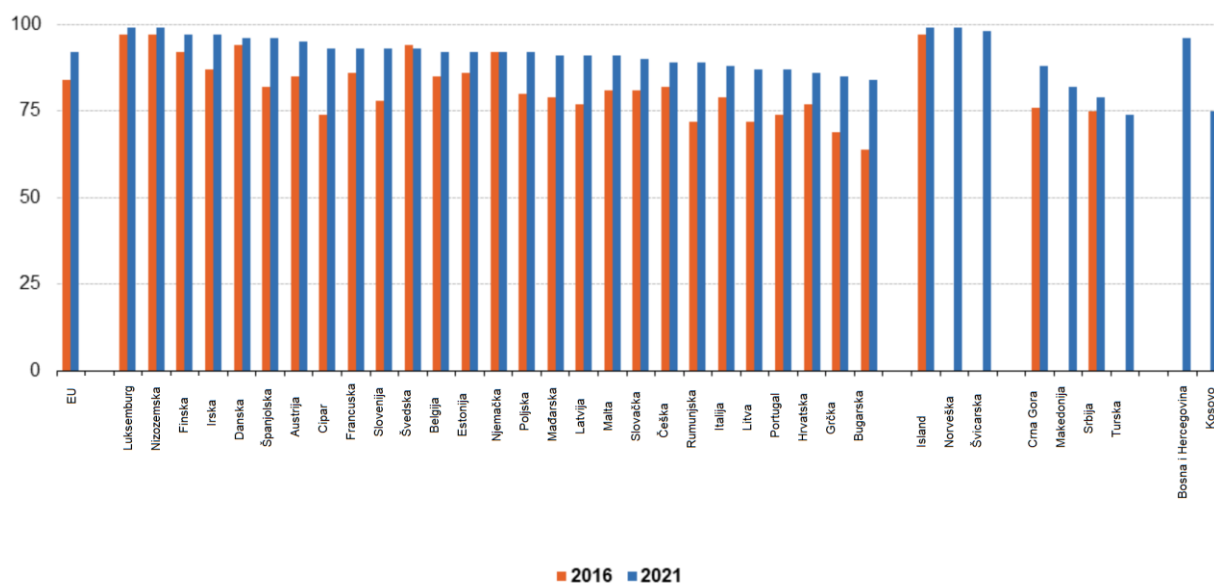
Online kupnja je, prema Sivanesanu (2017). proces kupnje robe izravno od prodavača bez ikakvog posrednika, odnosno aktivnost kupnje i prodaje robe putem Interneta. Online kupnja pruža potrošaču niz proizvoda i usluga, pri čemu ih kupci mogu usporediti s ponudama drugih posrednika i izabrati najbolju za sebe. Uz online kupnju veže se i pojam elektroničkog poslovanja kojeg Panian (2000.) opisuje kao suvremeni način organizacije poslovanja uz korištenje informatičke tehnologije radi ostvarivanja što bolje konkurentne pozicije poduzeća. Andam (2003.) razdvaja ta dva pojma objašnjavajući kako se „u online trgovini ICT tehnologija koristi u međuposlovnim, međuorganizacijskim i transakcijama između poduzeća i potrošača, dok se u elektroničkom poslovanju koristi za poboljšanje poslovanja“.

Prema HNB-u (2021), online kupnja robe i usluga može se ostvariti putem raznih uređaja poput mobilnih uređaja, prijenosnih računala i tableta, kroz platne transakcije koje uključuju kartična plaćanja i kreditne transfere, dok je dominantan način plaćanja korištenje platne kartice.

U prošlosti Internet se koristio samo kao izvor informacija, a danas se koristi u gotovo svim situacijama, pa tako i kao sredstvo kupnje. Informatička i komunikacijska tehnologija (ICT) utječe na svakodnevne živote ljudi na mnogo načina, kako na poslu tako i kod kuće. Politike EU-a kreću se od reguliranja cijelih područja kao što je e-trgovina do pokušaja zaštite privatnosti pojedinca. Zbog toga mnogi smatraju razvoj informacijskog društva ključnim za osiguranje potrebnih uvjeta za promicanje modernog i konkurentnog gospodarstva.“ (Eurostat 2021)

Prema podacima EUROSTAT-a prikazanim na slici 14, do 2021. godine udio kućanstava u Europskoj uniji s pristupom Internetu porastao je na 92%, što čini oko 8 postotnih bodova više nego 2016. godine kada je iznosio 84%. U Hrvatskoj je taj udio u periodu od 5 godina porastao sa 77% na 86%. S porastom broja kućanstava koja imaju pristup Internetu, porastao je i broj korisnika online kupnje prvenstveno zbog prednosti koje nudi u odnosu na klasičnu trgovinu.

Slika 14: Pristup Internetu u kućanstvima, 2016. i 2021.



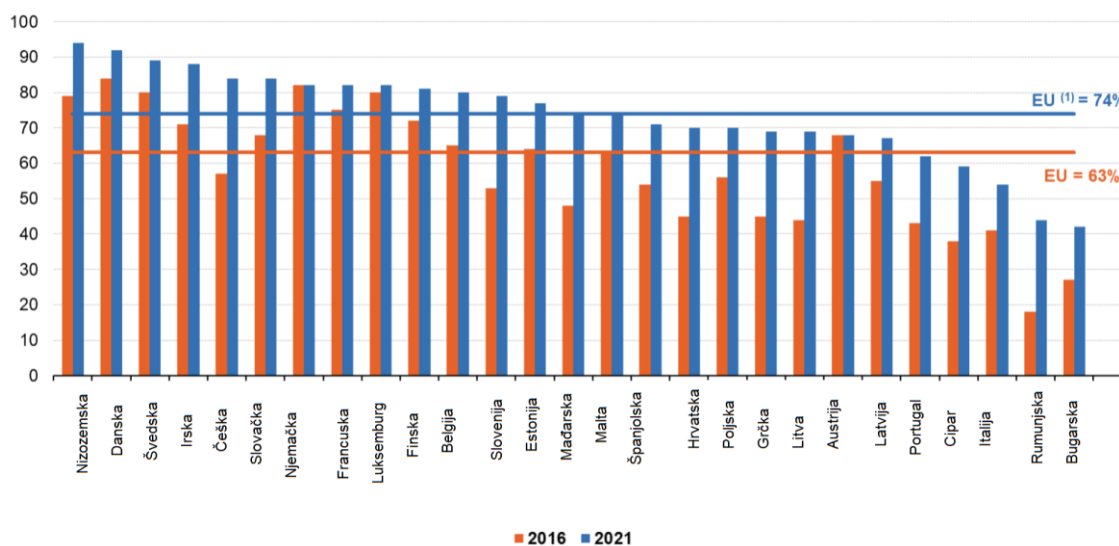
Izvor: Eurostat (2021.) preuzeto s: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/7/76/Internet_access_of_households%2C_2016_and_2021_%28%25_of_all_households%29.png

Na kupce i prodavače ne utječu vrijeme, lokacija ili velike udaljenosti sve dok postoji pristup Internetu. Kupci ne moraju posjećivati fizičke trgovine prodavača koje mogu biti u drugom gradu ili državi čime štede svoje vrijeme i novac. U usporedbi s klasičnom trgovinom, kupnja putem Interneta potrošačima pruža veću kontrolu i pregovaračku moć s obzirom da je moguće dobiti više informacija o dostupnim proizvodima i uslugama putem Interneta (Huseynov i Ozkan, 2016.). Kao prednosti, Sunitha i Gnanadhas (2014) navode kako online trgovina nudi širok izbor proizvoda više i niže kvalitete uzimajući u obzir mogućnosti ljudi. Također, ne postoje nacionalne i međunarodne prepreke, potrošači imaju potražnu ulogu dok proizvođači nemaju zapovjednu ulogu te postoje velike mogućnosti zapošljavanja u online kupnji.

Topolko Herceg (2021) u svom istraživanju zaključuje kako je pandemija ubrzala prilagodbu potrošača na online kupovinu te bila važan okidač za one koji nikada prije nisu kupovali online. Dominantni razlozi bili su besplatna dostava, kvaliteta i cijena, posebno u kategorijama hrane i pića budući da se sve više potrošača okrenulo online kupnji namirnica (Topolko Herceg, 2021.).

Slika 15 prikazuje udio korisnika Interneta koji su naručili proizvode ili usluge online u 2016. te 2021. godini te je vidljivo kako je online kupnja vrlo zastupljena u EU. Udio pojedinaca u dobi od 16 do 74 godina koji koriste Internet i koji su kupovali online iznosi 74%, što čini porast od 11 postotnih bodova u odnosu na rezultate iz 2016. godine. Potrošači cijene pogodnosti kupnje na bilo kojem mjestu i vremenu, pristup širem rasponu proizvoda, usporedbu cijena i dijeljenje mišljenja o robi s drugim potrošačima (EUROSTAT, 2021.). Najviše korisnika Interneta koji su naručivali online dolazi iz Nizozemske (94%), Danske (92%) i Švedske (89%). S druge strane, najmanje korisnika kupovalo je online u Bugarskoj (42%) i Rumunjskoj (44%). Najveći porast između 2016. i 2021. zabilježen je u Češkoj, Mađarskoj, Rumunjskoj, Sloveniji, Hrvatskoj i Litvi. Postoje razlike u pogledu spremnosti na aktivnosti e-trgovine jer je takva vrsta trgovine manje popularna u slabije razvijenim zemljama, posebno u državama koje ne podržavaju razvoj informacijskih i komunikacijskih tehnologija. (Pečenec 2018.).

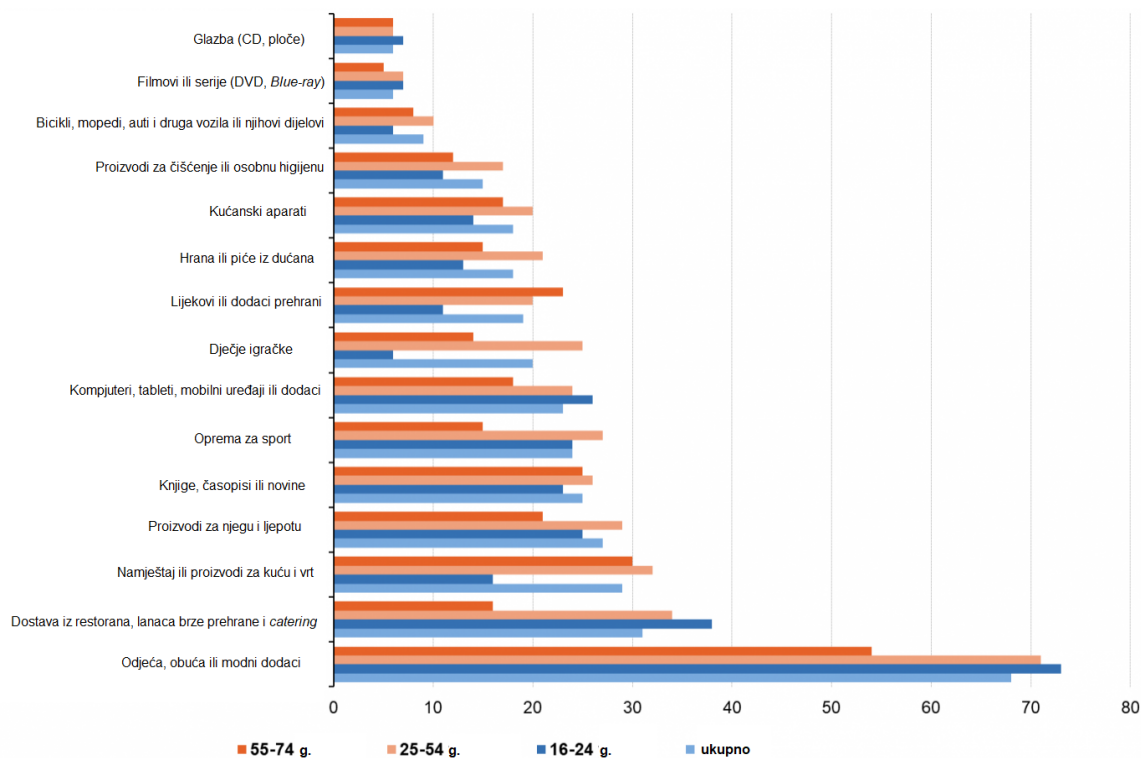
Slika 15: Korisnici Interneta koji su naručili robu ili usluge za privatnu uporabu, 2016. i 2021.



Izvor: Eurostat (2022.) preuzeto s: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Internet_users_who_bought_or_ordered_goods_or_services_for_private_use_in_the_previous_12_months,_2016_and_2021_\(%25_of_individuals_who_used_internet_in_the_previous_12_months\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Internet_users_who_bought_or_ordered_goods_or_services_for_private_use_in_the_previous_12_months,_2016_and_2021_(%25_of_individuals_who_used_internet_in_the_previous_12_months).png)

Slika 16 prikazuje kako je 3 mjeseca prije istraživanja Eurostata većina online kupnje robe uključivala odjeću, obuću i modne dodatke (68% kupaca), dostavu iz restorana (31%), namještaj, dodatke za kuću i vrt (29%), kozmetiku i proizvode za uljepšavanje (27%).

Slika 16: Online kupnja robe u EU, 2021



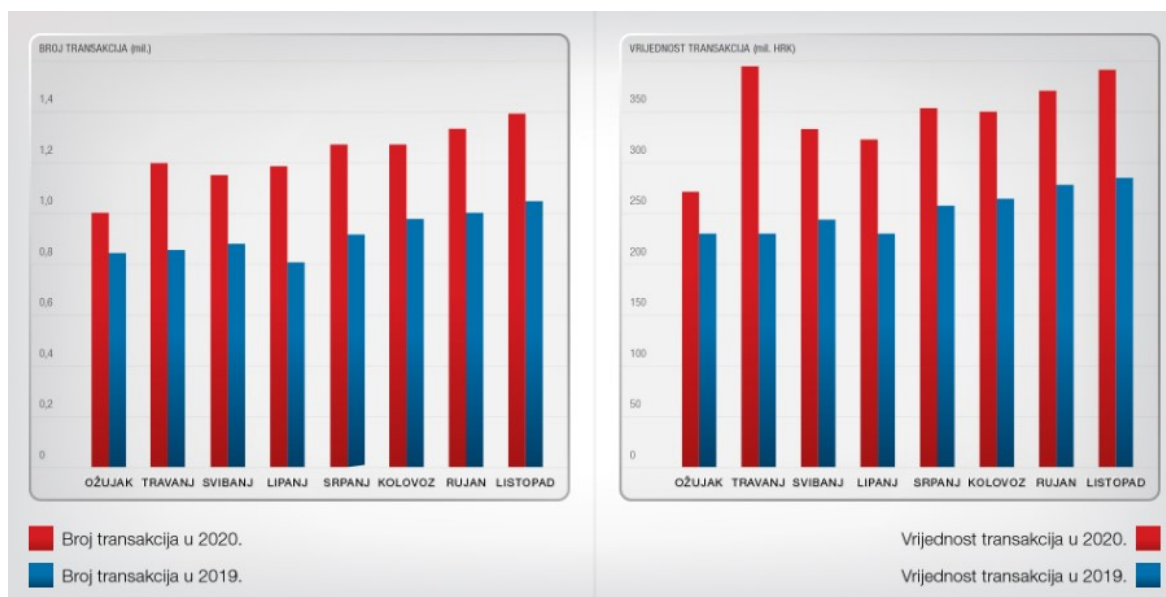
Izvor: Eurostat (2021.) preuzeto s: [https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Online_purchases_of_goods,_EU\(1\),_2021_\(%25_of_individuals_who_bought_or_ordered_goods_or_services_over_the_internet_for_private_use_in_the_previous_3_months\).png](https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=File:Online_purchases_of_goods,_EU(1),_2021_(%25_of_individuals_who_bought_or_ordered_goods_or_services_over_the_internet_for_private_use_in_the_previous_3_months).png)

Slično istraživanje provela je agencija EQUISTRIS na uzorku od 600 ispitanika. Rezultati istraživanja pokazuju kako je kupovina prehrambenih proizvoda te proizvoda za čišćenje i osobnu higijenu zabilježila rast, dok je kategorija odjeće, obuće i modnih dodataka zabilježila značajan pad. (Poslovni FM, 2020) Prema podacima DZS-a, trgovačke struke koje su zabilježile porast prometa u odnosu na razdoblje prije pandemije su internetska trgovina ili trgovina poštom za 12,6%, farmaceutski i medicinski proizvodi za 5,8% te

nespecijalizirane prodavaonice prehranom za 0,2%, a druge trgovačke struke zabilježile su pad poslovanja.

Uspoređujući podatke online kupnje u Hrvatskoj u 2020. godini s podacima iz 2019. godine, vidljiv je rast i broja i vrijednosti transakcija. U razdoblju karantene potrošačke navike se mijenjaju i sve više građana odabire online kupovinu. Zbog mjera donesenih u ožujku 2020. godine, rast je najizraženiji u travnju u odnosu na ožujak u iznosu od 46,67% u vrijednosti transakcija te 18,84% u broju transakcija.

Slika 17: Online kupnja u RH



Izvor: HNB (2021.), Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH, preuzeto s:

<https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh>

Dolazak pandemije dodatno je ubrzao digitalizaciju trgovine koja je posljednjih godina rasla u svijetu i promijenio je navike potrošača. Kako bi se prilagodili novim uvjetima, sve više trgovaca okrenulo se uspostavi i optimizaciji online trgovine. Hrvatska je među europskim zemljama koje su ostvarile najveći porast korištenja online trgovine u razdoblju trajanja pandemije. Istraživanje Udruge hrvatskih web trgovaca pokazalo je promjenu u kupovnim navikama potrošača nakon pandemije COVID-19. Rezultati istraživanja pokazuju kako se navike nisu drastično promijenile nakon pandemije, odnosno 38%

potrošača kupuje online jednom mjesečno kao i ranije, a 22% nekoliko puta tjedno. Kupuju pretežito na temelju recenzija s Interneta, uspoređivanja i preporuka. Najveća promjena je porast broja kupaca koji dotad nisu naručivali putem internetskih trgovina te trgovaca koji ranije nisu imali internetske trgovine. Ispitanici su najčešće kupovali odjeću i obuću, predmete za kućanstvo i tehniku. najveći porast bilježi kategorija hrane, igrice te opreme za igranje. Dalje, Majsan (2022) ističe kako su pozitivne promjene za online kupnju sljedeće: kupci koji ranije nisu kupovali online tada su počeli uključujući i stariju generaciju, nepopularne kategorije poput hrana, namirnica i proizvoda za njegu naglo rastu u online kupovini te mnogo malih i srednjih poduzeća počinje prodavati online.

Prije pojave pandemije dio potrošača kupovao je online preko ustaljenih i dobro poznatih online trgovina i time su imali određena očekivanja od drugih online trgovina. Oni koji su i prije pandemije prepoznali važnost ulaganja u digitalne kanale bilježili su odlične poslovne rezultate, no oni koji su bili prisiljeni zatvoriti svoje poslovnice osjetili su značajan pad prodaje. Zbog toga su morali prilagoditi svoje poslovne strategije, imati kvalitetne web stranice i omogućiti preuzimanje ispred trgovine ili putem dostavne službe. Kupci su imali velik izbor i najuspješniji trgovci bili su oni koji su im nudili isto iskustvo kakvo su imali u fizičkim trgovinama te dodano olakšaju kupovinu na način da nude razne popuste, plaćanja karticama, plaćanje pouzecom te dostavu na kućnu adresu.

Navike potrošača na korištenje online kupovine vjerojatno neće prestati ili se smanjiti nakon što pandemija završi, već će biti na višoj razini nego prije pandemije. Kupovina putem interneta nudi veću fleksibilnost, a jedina prepreka zbog koje potrošači oklijevaju pri kupnji putem interneta mogla bi biti cijena učenja. Potrošači češće kupuju u fizičkim trgovinama ne samo zbog želje za trenutnim posjedovanjem, već i zato što su neskloni ulaganju vremena u učenje kako kupovati online (Kim, 2020.). Pandemija je time potakla mnoge potrošače na online kupnju koja je tijekom pandemije bila sigurniji izbor od kupnje u fizičkim trgovinama, te bi zbog pozitivnog iskustva mogli nastaviti kupovati online i kad pandemija završi. Kako pandemija povećava kupnju putem interneta, događaju se pomaci na tržištu rada (Dorfman, 2022). Predviđa se da će zaposlenost u online maloprodaji porasti za 14,6% od 2020. do 2030., stoga će kontinuirani naponi za zapošljavanjem i zadržavanjem zaposlenika morati biti prioritet za online trgovce (Shaw i sur., 2022.). S druge strane, društvene potrebe ljudi i pripadnost zajednici utječu na njihove kupovne

navike te iako će pomak prema online kupnji ostati, želja za društvenom interakcijom nakon pandemije vjerojatno utjecati na izbor kupnje u fizičkim trgovinama (Gramling i sur., 2021.).

Mnogi potrošači odlučili su se za kupnju hrane putem aplikacija za dostavu hrane i time se uključili u online kupnju. Pružatelji usluge dostave hrane mogu se kategorizirati kao poslovi isporuke od restorana do potrošača ili kao poslovi dostave od platforme do potrošača. Dostava od restorana do potrošača karakteristična je za velike lance brze prehrane kao što su *McDonald's*, *KFC* i *Domino's* te se narudžba može izvršiti izravno putem online platforme restorana ili putem platforme treće strane (Li i sur., 2020.). Primjeri platforma treće strane prisutnih u Hrvatskoj su Glovo, Wolt, Bolt food te su one za vrijeme pandemije uvele opciju beskontaktno dostave. Glovo je započeo s radom u Hrvatskoj u travnju 2019. godine, a u periodu trajanja *lockdowna* dostava se povećala za 500% u odnosu na razdoblje prije pandemije (Ja trgovac, 2021.). Potrošači su zadržali naviku naručivanja hrane budući da takve aplikacije pružaju široku ponudu u izboru proizvoda te jednostavnost pri naručivanju. Neizbježno je da će se neke od prethodnih navika promijeniti jer su potrošači tijekom pandemije otkrili alternative koje su praktičnije i pristupačnije. Potrošačima je bilo lakše raditi, učiti i kupovati kod kuće. Ono što je bila alternativa postojećoj navici sada postaje glavna navika, a postojeća navika postaje alternativa (Sheth 2020.).

5. UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA NAVIKE PLAĆANJA U ODABRANIM ČLANICAMA EUROPSKE UNIJE

Pojava pandemije COVID-19 izazvala je neočekivani šok za cijelo gospodarstvo i značajno je utjecala na ponašanje trgovaca i potrošača mijenjajući njihove društvene navike i navike plaćanja. Platne navike mijenjale su se posljednjih godina te iako plaćanje gotovim novcem i dalje ostaje najpopularnije sredstvo plaćanja na prodajnom mjestu u većini europskih zemalja, dolazi do njegovog pada. Plaćanje karticama postaje sve važnije sredstvo plaćanja velikim djelom kao posljedica tehnološkog napretka, a pandemija COVID-19 dodatno je pojačala trend bezgotovinskog plaćanja. Kao što je u prethodnom poglavlju objašnjeno, pandemija je ubrzala pomak prema digitalnom svijetu i pokrenula promjene u ponašanju u online kupnji koje će vjerojatno imati trajne posljedice.

5.1. Čimbenici koji utječu na platne navike

Tijekom vremena navike plaćanja potrošača transformirale su se od korištenja papirnatih novčanica do korištenja kartica i elektroničkog plaćanja, no i dalje postoje velike različitosti kod odluka koje kupci donesu o načinu plaćanja na koje utječu mnogi faktori koje je potrebno promatrati na razini pojedinca ali i društva.

Razumijevanje potrošačkih trendova upotrebe metoda plaćanja važno je za:

- 1) kreatore politike
- 2) gospodarstvo
- 3) nacionalne središnje banke koje trebaju pouzdane statističke podatke kako bi a) omogućile usporedbu razvijenosti platnih sustava s drugim zemljama, b) određivanje monetarne politike i c) provođenje strateških odluka koje se tiču gotovinskog ciklusa i učinkovitost platnog sustava u cjelini (Swiecka i Grima, 2019.).

Iako postoje neki dokazi o jazu između potrošačkih preferencija načina plaćanja i stvarno korištenih načina plaćanja, nedostaju detaljna istraživanja socio-psiholoških pokretača

ponašanja plaćanja. Pretpostavlja se da, kao i svako ponašanje, ponašanje kod plaćanja nije samo promišljeni proces već na njega utječe društvena okolina i psihološki faktori. Van der Cruijssen i van der Horst zaključuju da je promjena ponašanja u plaćanju izazovan zadatak; čak i kada su potrošači promijenili svoje preferencije, teško im je promijeniti svoje ponašanje. U vrijeme njihova istraživanja polovica potrošača koji su preferirali plaćanje debitnom karticom u odnosu na gotovinu nisu koristili debitnu karticu za plaćanje većine svojih POS transakcija. Pandemija je pomogla da se ponašanje ljudi u plaćanju brže uskladi s njihovim preferencijama plaćanja. (Van der Cruijssen i van der Horst, 2016.).

Stavins (2017) je opisala nekoliko čimbenika koji utječu na ponašanje potrošača pri plaćanju na strani ponude i potražnje. Iako potrošači odlučuju o plaćanju dijelom na temelju osobnih preferencija, ograničeni su čimbenicima na strani ponude. Cijena (troškovi), tehnologija, regulativa i prihvaćanje instrumenata plaćanja od strane trgovaca (ili nedostatak istih) ograničavaju potrošače u izboru načina plaćanja.

Troškovi posjedovanja i korištenja instrumenata plaćanja za potrošače mogu biti izravni novčani trošak ili neizravni trošak vremena i truda. Neka istraživanja pokazuju kako su potrošači osjetljivi na cjenovne poticaje bez obzira na njihove preferencije plaćanja te će se odlučiti za korištenje gotovine kada su suočeni s malim dodatnim naknadama na transakcije debitnim karticama. Stavins i Wu u svom istraživanju detaljno analiziraju navode li cjenovni poticaji potrošače da odustanu od svojih preferiranih metoda plaćanja te su došli do zaključka kako će potrošači koristiti gotovinu kao sredstvo plaćanja ako im se ponudi popust te kako bi izbjegli naknade korištenja kartica (Stavins i Wu, 2017.).

Tehnologija uključuje način na koji platitelj izvršava plaćanje i na koji se novac prenosi od platitelja primatelju te instrument koji se koristi u tom procesu. Tehnologija čini određenu metodu plaćanja izvedivom i zato je nužan, ali ne i dovoljan uvjet da ga potrošači prihvate (Stavins, 2017.).

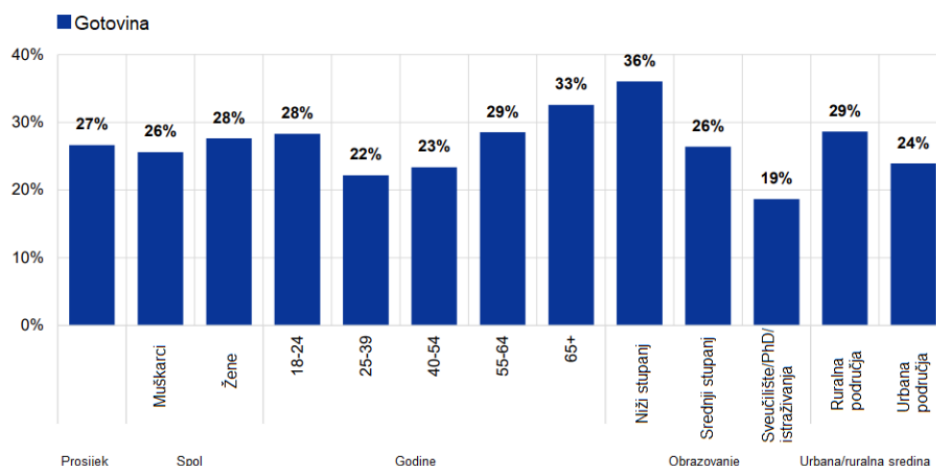
Regulacija je najčešće usmjerena izravno na financijske institucije i trgovce te tako indirektno utječe na potrošače. Implementacija Revidirane direktive o platnim uslugama EU PSD2 (engl. *Payment Services Directive 2*) promijenila je regulativno okruženje za pružanje platnih usluga u Europskom gospodarskom prostoru (Polasik, 2020.). Tom direktivom su po prvi put u zakonu EU-a uvedeni detaljni sigurnosni zahtjevi, posebno zahtjev za primjenom Pouzdane autentifikacije klijenta SCA (engl. *Strong Customer*

Authentication). Predviđa se da će PSD2 donesena u siječnju 2018. promijeniti načine plaćanja u zapadnoj Europi. Usvajanje Otvorenog bankarstva omogućit će ovlaštenim tvrtkama pristup računima klijenata kao i pokretanja plaćanja.

Uz gore navedene faktore na strani ponude, nekoliko čimbenika na strani potražnje utječe na ponašanje potrošača pri plaćanju. Dok je većina čimbenika na strani ponude egzogena u odnosu na potrošače, isto ne mora vrijediti za čimbenike na strani potražnje. Oni uključuju demografske trendove i prihod potrošača, preferencije potrošača i potrošačke procjene načina plaćanja (Stavins, 2017.).

Stavins (2016.) u svom istraživanju zaključuje kako prihod, obrazovanje, dob i rasa snažno utječu na način na koji ljudi plaćaju. Potrošači s najnižim prihodima, najnižim obrazovanjem i manjine imaju sasvim drugačiji obrazac prihvaćanja plaćanja. Prema podacima ECB-a (2020.) preferencije načina plaćanja razlikuju se po demografskim kategorijama, kao što je prikazano na slikama 18 i 19. U prosjeku, vrlo je mala razlika u spolovima - 26% muškaraca i 28% žena preferira gotovinu, a 51% muškaraca i 48 % žena preferira kartice ili neko drugo bezgotovinsko sredstvo plaćanja. Dob igra ulogu ne samo u stvarnom ponašanju, već i u iskazanim preferencijama. Dobne skupine 18-24 godine (28%), 55-64 godine (29%) i 65+ godina (33%) imaju veću sklonost korištenju gotovine od onih u dobi 25-54 godine (22-23%). Suprotno se može vidjeti kod sklonosti plaćanja karticama. U prosjeku, ruralni ispitanici (29%) i oni s nižim stupnjem obrazovanja (36%) izjavili su da više preferiraju korištenje gotovine nego ispitanici koji žive u urbanim područjima (24%) i oni s višim stupnjem obrazovanja (19%).

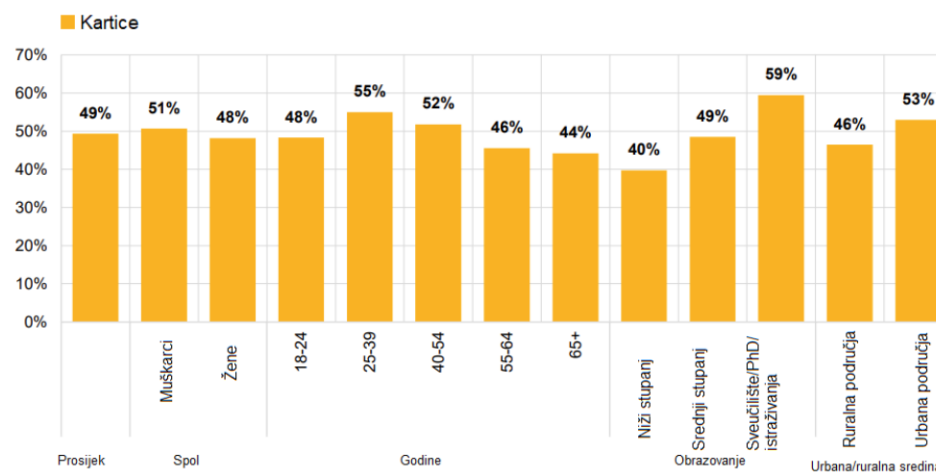
Slika 18: Preferencije korištenja gotovine prema demografskim pokazateljima



Izvor: ECB (2020.), Study on the payment attitudes of consumers in the euro area, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Slika 19: Preferencije korištenja kartica prema demografskim pokazateljima



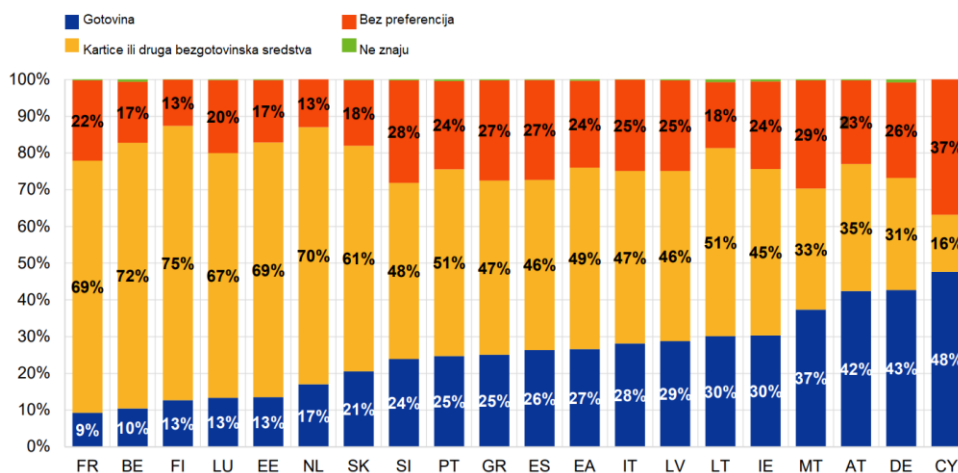
Izvor: ECB (2020.), Study on the payment attitudes of consumers in the euro area, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Wakamori i Welte (2017) zaključuju kako preferencije utječu na navike plaćanja i da oni potrošači sa snažnim preferencijama prema određenim instrumentima plaćanja poput gotovine i platnih kartica će koristiti ta sredstva sve dok su prihvaćena od strane trgovaca.

Slika 20 prikazuje preferirane platne instrumente po državama u 2019. godini te podaci pokazuju kako bi samo 27% ispitanika u europodručju izabralo gotovinu, dok bi 49% prije izabralo bezgotovinska sredstva plaćanja poput platnih kartica. Ostalih 24% ispitanika je izjavilo kako je ravnodušno u pogledu željenog instrumenta plaćanja. Rezultati pokazuju kako je velika upotreba gotovine za plaćanja na prodajnom mjestu u suprotnosti s preferencijama bezgotovinskih instrumenata plaćanja među stanovnicima europodručja. Udio ispitanika koji su izrazili preferencije prema gotovini u odnosu na bezgotovinska sredstva plaćanja prisutan je u samo 4 zemlje, a to su Malta, Austrija, Njemačka i Cipar.

Slika 20: Preferirani platni instrumenti po državama



Izvor: ECB (2020.), *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area*, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

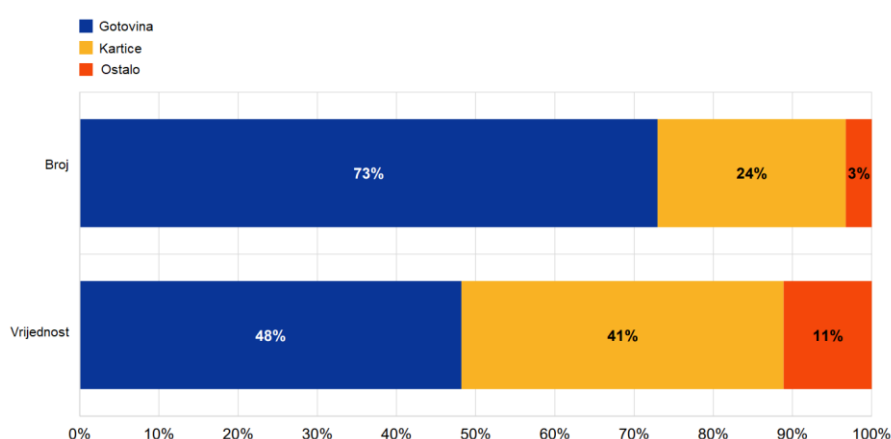
5.2. Trendovi korištenja gotovine

Suvremeni instrumenti bezgotovinskog plaćanja razvijeni su i uvedeni u cijelom europodručju posljednjih godina. U isto vrijeme, nedavna istraživanja o stavovima i ponašanju potrošača u vezi s plaćanjem provedena u nekoliko zemalja pokazuju da korištenje gotovine kao sredstva plaćanja s vremenom opada.

Tijekom pandemije COVID-19 gotovina se manje koristila za platne transakcije. Djelomični razlog tomu je taj što je potrošnja općenito pala, ali također može odražavati zabrinutost zbog rizika od prijenosa virusa novčanicama.

Slika 20 prikazuje udio broja i vrijednosti platnih instrumenata korištenih za plaćanje u POS i P2P transakcijama. Gotovina je ostala sredstvo plaćanja koje se najviše koristilo za plaćanje u europodručju 2019. godine. Gotovo tri četvrtine (73%) svih POS i P2P plaćanja izvršeno je korištenjem novčanica i kovanica. Od instrumenata bezgotovinskog plaćanja značajan udio činile su platne kartice. Njihov udio iznosio je 24% svih plaćanja, pri čemu su debitne kartice činile 18,4%, a kreditne kartice 5,3%. Bezgotovinska plaćanja izvršena korištenjem mobilnog telefona kao pristupnog uređaja i plaćanja čekovima, kreditnim transferima, izravnim zaduženjima i drugim instrumentima plaćanja činila su svaka manje od 1% ukupnog broja transakcija. Nizak postotak mogao bi biti posljedica nedostupnosti nekih od navedenih instrumenata u nekim zemljama, niskog vlasništva među ispitanicima ili neprihvatanja određenih instrumenata plaćanja na POS-u. Promatrajući vrijednost transakcija, gotovina čini 48% POS i P2P plaćanja, a kartice su činile 41% vrijednosti ukupnog platnog prometa. Preciznije, debitne kartice su činile 30,2%, a kreditne kartice 10,5%. U ukupnom platnom prometu kreditni transferi su činili 4,6%, čekovi 2,4%, a mobilni telefoni, terećenja i ostali instrumenti plaćanja manje od 4%.

Slika 21: Udio platnih instrumenata korištenih u POS i P2P transakcijama



Izvor: ECB (2020.), *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area*, preuzeto s:

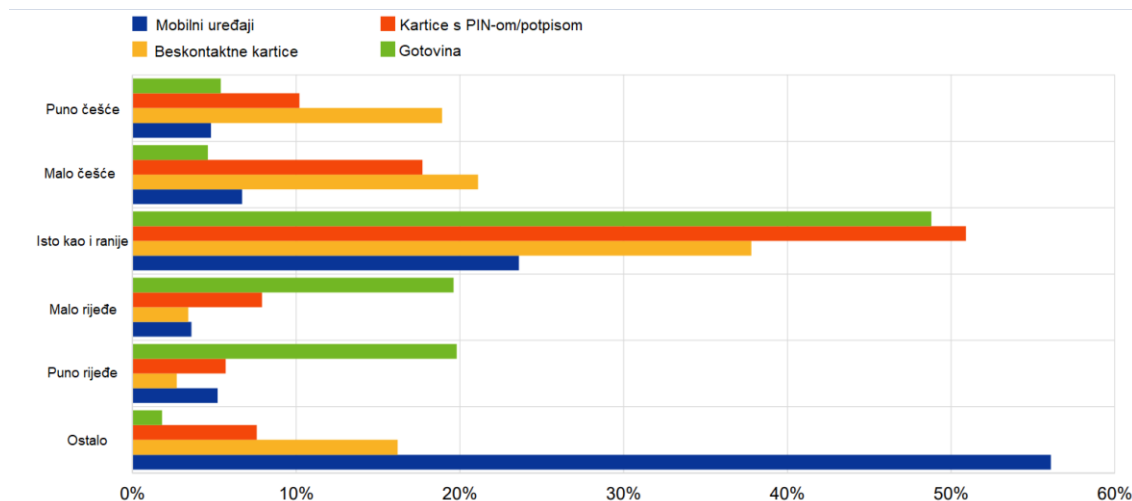
<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Uspoređujući brojčano i vrijednosno gotovinske i kartične transakcije, može se zaključiti da su gotovinske transakcije općenito niže vrijednosti od onih obavljenih karticom. Iako je gotovina činila 73% ukupnog broja transakcija, predstavljala je mnogo manji postotak u smislu ukupne vrijednosti transakcije, 48%. Nasuprot tome, debitne i kreditne kartice činile su manji udio ukupnih transakcija, ali veću ukupnu vrijednost, što znači da je veća vjerojatnost da će se koristiti kartice kako se vrijednost transakcije povećava.

ECB je provela istraživanje u svim državama europodručja kako bi se izmjerio učinak pandemije na trendove korištenja gotovine (IMPACT istraživanje).

Prema rezultatima korištenih platnih metoda tijekom pandemije prikazanih na slici 22, gotovo polovica ispitanika odgovorila je da je koristila kartice i gotovinu na sličan način kao i prije početka pandemije. Međutim, 40% je ispitanika istaknulo je da češće koristi kartice za beskontaktno plaćanje, a jednak postotak je rekao da je mnogo ili nešto rjeđe koristio gotovinu.

Slika 22: Korištene platne metode tijekom pandemije



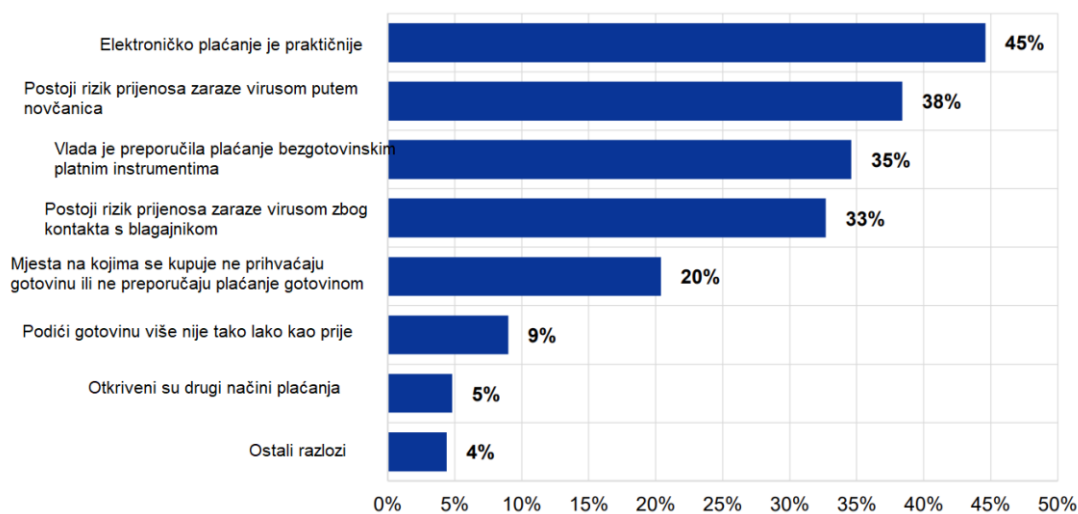
Izvor: ECB (2020.), *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area*, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Ispitanici koji manje plaćaju gotovim novcem od početka pandemije naveli su razloge zbog kojih manje plaćaju gotovinom. Slika 23 prikazuje da je 45% ispitanika navelo činjenicu

da je elektroničko plaćanje postalo praktičnije. U većini europskih zemalja granica za beskontaktno plaćanje podignuta je na 50 eura što dodatno pridonosi praktičnosti. Drugi najčešći razlog bio je strah od zaraze novčanicama, 38%, a 33% ispitanika navelo je i zabrinutost zbog kontakta s blagajnikom. Kao prilog tome, ECB je objavila da rizik od zaraze rukovanjem novčanicama nije značajan u usporedbi s drugim predmetima koji se dodiruju u svakodnevnom životu. (ECB, 2021.).

Slika 23: Razlozi promjene platnih navika tijekom pandemije

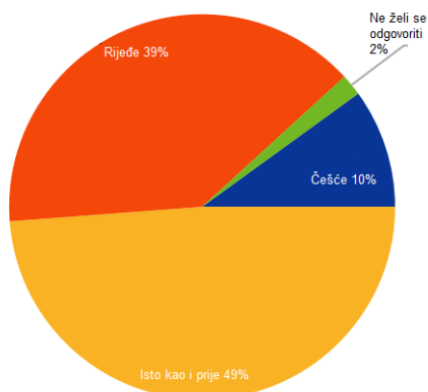


Izvor: ECB (2020.), *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area*, preuzeto s:

<https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Pandemija je ubrzala korištenje bezgotovinskog plaćanja u Europi. Slika 24 prikazuje učestalost korištenja gotovine nakon pandemije te rezultati pokazuju da će gotovo 50% ispitanika gotovinu koristiti jednako često kao i prije pandemije, a 39% koristi gotovinu rjeđe nego prije što je posljedica češćeg plaćanja karticama i očekuje se da će se takvo ponašanje nastaviti i nakon završetka pandemije.

Slika 24: Učestalost korištenja gotovine nakon pandemije



Izvor: ECB (2021.), preuzeto s <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpops/ecb.op259~33b180d450.en.pdf>

5.3. Korištenje beskontaktno tehnologije za kartična plaćanja

Kao što je u prethodnim poglavljima prikazano, u svakodnevnoj kupnji najčešće korištene metode plaćanja su plaćanje debitnim karticama i gotovinom. Debitne kartice koriste se za svakodnevnu i online kupnju i prihvaćene su u svim demografskim skupinama, a upotreba beskontaktno verzije tih kartica značajno se povećala tijekom pandemije COVID-19. (ECB, 2022.). Gartnerova analiza društvenih medija (2020.) otkrila je da su se razgovori o beskontaktnom plaćanju povećali za gotovo 40% u drugom kvartalu 2020., pokazujući jasan utjecaj COVID-19 na porast popularnosti beskontaktnog plaćanja. Beskontaktna plaćanja implementiraju se kao dio inicijativa digitalne transformacije organizacija u B2B i B2C poslovanju za brže i lakše platne transakcije uz osiguranje sigurnosti korisnika.

S beskontaktnom tehnologijom može se platiti debitnom i kreditnom karticom te elektroničkim uređajem poput pametnog sata i mobitela, držeći karticu ili uređaj nekoliko centimetara od terminala za plaćanje s omogućenom beskontaktnom tehnologijom. Kod beskontaktnog plaćanja karticama, iznad određenog iznosa praga kojeg odrede središnje banke država, potreban je osobni identifikacijski broj (PIN). Osim toga, PIN se može zahtijevati nakon određenog broja transakcija dnevno ili kada se dosegne ukupni iznos.

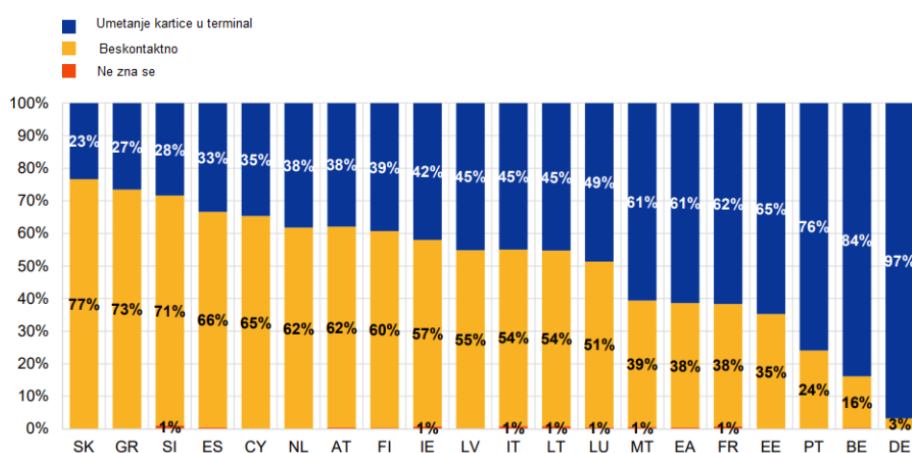
Budući da se PIN i dalje mora unijeti ručno u terminal za plaćanje, još uvijek postoje ograničenja u korištenju beskontaktnih kartica (ECB, 2020.).

Zakonnik (2018) izdvaja nekoliko prednosti beskontaktnog plaćanja koje uključuju:

- Ušteda vremena, koja proizlazi iz nepostojanja potrebe za autorizacijom plaćanja unosom PIN-a kartice, često *offline* (pod određenim uvjetima)
- Pogodnost (ušteda vremena), koja proizlazi iz nepostojanja potrebe za umetanjem kartice u terminal ili nepostojanja potrebe za traženjem gotovine.
- Povećanje razine sigurnosti, koja proizlazi iz nepostojanja potrebe davanja kartice prodavatelju i sprječavanja lažne upotrebe podataka sadržanih na kartici. (Zakonnik, 2018.)

Promatrajući broj i vrijednost kartičnih plaćanja prema podacima ECB-a u 2019. godini prikazanih na slici 25, beskontaktna kartična plaćanja činila su 38% od ukupnog broja svih kartičnih plaćanja. Udio beskontaktnih plaćanja najveći je u Slovačkoj (77%), a najmanji u Belgiji (16%). Također, najmanju vrijednost beskontaktnih plaćanja imala je Njemačka, a najveću Grčka. Pojavnost plaćanja s umetanjem kartice u terminal raste s vrijednošću plaćanja koja se trebaju izvršiti (ECB, 2020.).

Slika 25: Plaćanja karticom prema broju transakcija



Izvor: ECB (2020.), *Study on the payment attitudes of consumers in the euro area*, preuzeto s: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/ecb.spacereport202012~bb2038bbb6.en.pdf?05ce2c97d994fbcf1c93213ca04347dd4>

Iako je dokazano da je mogućnost zaraze putem novčanica i kovanica mala, pandemija je značajno doprinijela prihvaćenosti beskontaktnog plaćanja u mnogim zemljama. Primjerice, u Nizozemskoj se broj kartičnih plaćanja u posljednjih 10 godina udvostručio u odnosu na gotovinu, a od početka pandemije potrošači četiri puta češće koriste beskontaktna plaćanja nego gotovinu. Web stranica Merchant Machine (2021.) objavila je popis zemalja koje se i dalje najviše oslanjaju na plaćanje gotovinom. Rumunjska je država u kojoj se najviše koriste gotovinska plaćanja, čak više od 70%. Gotovo polovica, 42% stanovništva istočnoeuropskih zemalja nema bankovne usluge, odnosno samo 42% stanovnika Rumunjske ima bankovni račun u usporedbi sa 100% u Norveškoj. S druge strane, u Njemačkoj su gotovinska plaćanja bila popularna prije pandemije, a u 2020. godini u optjecaju je bilo čak 12% više gotovine nego godinu prije. Razlog tomu je taj da potrošači preferiraju anonimna plaćanja, smatraju da gotovina nije podložna tehničkim poteškoćama, imaju veću kontrolu nad svojom potrošnjom te izbjegavaju dodatne troškove posjedovanja platnih kartica. Ipak, koronavirus je znatno promijenio ponašanje potrošača kada je u pitanju plaćanje. Slijedeći preporuke WHO-a, potrošači diljem svijeta beskontaktno plaćaju pametnim telefonom ili karticom. I u Njemačkoj je više od polovice svih plaćanja izvršeno beskontaktno u roku od nekoliko dana nakon ove preporuke. Deutsche Bundesbank (2021.) zabilježuje snažan porast upotrebe instrumenata bezgotovinskog plaćanja od strane njemačkih potrošača tijekom pandemije. Mobilno ili beskontaktno plaćanje posebno je popularno među mlađom populacijom - 71% ljudi mlađih od 40 godina koristi digitalne metode plaćanja, a 36% njih čak koristi mobilno plaćanje i beskontaktno plaćanje karticama. Beskontaktna plaćanja porasla su s 35% prije pandemije, na 50% s tendencijom rasta (Pinchefsky, 2020.).

Rast beskontaktnog plaćanja i online kupnje zbog izbijanja pandemije uzrokovao je prelazak s gotovinskog plaćanja na digitalna i beskontaktna plaćanja posvuda, ali ne istom brzinom. U Europi se preferencije plaćanja još uvijek jako razlikuju. Čak i prije izbijanja pandemije, neke su europske države bile na dobrom putu prema budućnosti bez gotovine. Zemlje koje najmanje plaćaju gotovinom su: Švedska, Norveška, Nizozemska, Finska i Velika Britanija. U Švedskoj je zakonski opravdano da prodavači odbiju gotovinu, bankomati su vrlo rijetki, a gotovinske transakcije više nisu moguće u većini banaka. U Norveškoj se 75% transakcija podmiruje beskontaktno, a tek 3-4% svih plaćanja je izvršeno gotovinom (Andrews, 2021.). Banka Finske predviđela je da će njihova zemlja

biti potpuno bezgotovinska do 2029. godine, na temelju činjenice da 98% stanovnika posjeduje debitnu karticu, odnosno cijelo stanovništvo moći će plaćati bezgotovinsko. Razlog zašto skandinavske zemlje dominiraju na popisu može se objasniti povjerenjem koje imaju u svoje vlade i banke. Vjeruju da je njihov novac tamo siguran te stanovnici tih država imaju višu razinu informatičke pismenosti, bez obzira na dob. Banke su također vrlo proaktivne kada je u pitanju predviđanje napretka digitalnog tehnološkog razvoja.

6. ZAKLJUČAK

Platni promet od velike je važnosti za provođenje uspješne monetarne politike i funkcioniranja ekonomskog sustava države u cjelini. Uslijed brzog tehnološkog napretka i digitalizacije razvijaju se i platni sustavi na način da se plaćanja gotovim novcem postupno zamjenjuju instrumentima bezgotovinskog plaćanja. Prelazak na bezgotovinsko društvo znači da se sve transakcije izvršavaju putem elektroničkog plaćanja bez korištenja novčanica i kovanica. Iako se mnoge zemlje ubrzano kreću prema potpuno bezgotovinskom gospodarstvu, plaćanje gotovinom ima mnoge prednosti od kojih se može izdvojiti opća prihvaćenost u društvu, anonimnost kupaca, jednostavnost i sigurnost. S druge strane, bezgotovinska plaćanja karakterizira praktičnost, svestranost i brzina plaćanja.

Pojava pandemije COVID-19 u ožujku 2020. godine promijenila je svakodnevne živote ljudi širom svijeta mijenjajući pritom i način na koji plaćaju, odnosno ubrzala je porast korištenja platnih kartica tijekom 2020. godine koji se zadržao i tijekom druge godine pandemije. U Hrvatskoj je gotov novac i dalje znatno zastupljeniji po broju transakcija u odnosu na platne kartice, no vidljiv je trend postepenog smanjivanja udjela broja i vrijednosti transakcija plaćenih gotovim novcem. Pandemija je ubrzala korištenje bezgotovinskog plaćanja u Europi na što upućuju rezultati istraživanja da gotovo 40% stanovništva koristi gotovinu rjeđe nego prije što je posljedica češćeg plaćanja karticama i očekuje se da će se takvo ponašanje nastaviti. U posljednjih nekoliko godina prisutan je trend uvođenja beskontaktno tehnologije u platnim transakcijama. Iako je dokazano da je mogućnost zaraze putem ručnog kontakta s gotovinom mala, pandemija je značajno utjecala na porast korištenja beskontaktnog plaćanja. Sukladno epidemiološkim mjerama, preporukama i ograničenjima, pandemija COVID-19 ubrzala prilagodbu potrošača na online kupovinu te bila važan okidač za one koji nikada prije nisu kupovali online.

Sve navedeno dokazuje kako makroekonomski šok poput pandemije te mjere Vlade, banaka i trgovaca mogu utjecati na ponašanje potrošača i promjene njihovih preferencija i navika. U periodu od samo nekoliko mjeseci od početka pandemije došlo je do dugotrajnih promjena u navikama plaćanja, a vrijeme će pokazati je li utjecaj pandemije trajan.

Literatura

Allam, Z. (2020) The Forceful Reevaluation of Cash-Based Transactions by COVID-19 and Its Opportunities to Transition to Cashless Systems in Digital Urban Networks, *Surveying the Covid-19 Pandemic and its Implications*, 107-117. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128243138000085>

Andam, Z.R. (2003) E-commerce and e-business, e-ASEAN, Manila. Dostupno na: <https://digitallibrary.un.org/record/524541>

Andrews, J. (2021) Cashless Countries. Dostupno na: <https://www.money.co.uk/credit-cards/cashless-countries>

Auer, R., Cornelli, G., Frost, J. (2020) *Covid-19, cash, and the future of payments*, BIS Bulletins 3, Bank for International Settlements. Dostupno na: <https://www.bis.org/publ/bisbull03.pdf>

Balteanu, C. (2018) Study On Usage Behaviour Regarding Non-Cash Payment Instruments. *Annals - Economy Series*, Constantin Brancusi University, Faculty of Economics, 46-53. Dostupno na: <https://ideas.repec.org/a/cbu/jrnlec/y2018v6p46-53.html>

Banco de Portugal (2022) Direct debits. Dostupno na: <https://www.bportugal.pt/en/page/direct-debits>

Caldwell, M. (2022) What Is the Difference Between a Credit Card and a Debit Card? Dostupno na: <https://www.thebalance.com/difference-between-a-credit-card-and-a-debit-card-2385972>

Crowder J, et al. (2020) COVID-19: Its impact on Banking, Fintech, and Payment: FAQs. Dostupno na: <https://www.jdsupra.com/legalnews/covid-19-its-impact-on-banking-fintech-62463/>

Del Principe, C. (2022) Contactless Payments: What Is It & Is it Safe? Dostupno na: <https://blog.hubspot.com/sales/contactless-payments>

Deutsche Bundesbank (2021) Payment behaviour in Germany in 2020 –making payments in the year of the coronavirus pandemic. *Survey on the use of payment instruments*. Frankfurt am Main. Dostupno na: <https://www.bundesbank.de/resource/blob/858022/39ffce4b91be59675121ed29b25ac277/mL/zahlungsverhalten-in-deutschland-2020-data.pdf>

Dorfman, D. (2022) Retail trade employment: before, during, and after the pandemic, *Beyond the Numbers: Employment & Unemployment*, 11(4). Dostupno na: <https://www.bls.gov/opub/btn/volume-11/retail-trade-employment-before-during-and-after-the-pandemic.htm>

DZS (2020) Učinci pandemije bolesti COVID-19 na društveno-ekonomske pokazatelje. Dostupno na: https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/trgovina_12_20.html

ECB (2021) Catch me (if you can): assessing the risk of SARS-CoV-2 transmission via euro cash. Dostupno na: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpops/ecb.op259~33b180d450.en.pdf>

ECB (2022) The role of cash. Dostupno na: https://www.ecb.europa.eu/euro/cash_strategy/cash_role/html/index.en.html

ECB (2022) Electronic Money. Dostupno na: https://www.ecb.europa.eu/stats/money_credit_banking/electronic_money/html/index.en.html

ECB (2022) Study on New Digital Payment. Dostupno na: https://www.ecb.europa.eu/paym/digital_euro/investigation/profuse/shared/files/docs/ecb.dedocs220330_report.en.pdf

Erste (2022) Single Euro Payments Area (SEPA). Dostupno na: <https://www.erstebank.hr/hr/poslovni-klijenti/racuni-i-placanja/placanja/sepa>

Eurostat (2021) Digital economy and society statistics - households and individuals. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_households_and_individuals

Eurostat (2021) *E-commerce statistics for individuals* [e-publikacija], dostupno na: <https://gianmarcochiodi.com/wp-content/uploads/2021/02/Ecommerce-Statistics-from-Eurostat.pdf>

Fabris, N. (2019) Cashless Society – The Future of Money or a Utopia? *Journal of Central Banking Theory and Practice*, 53-66. Dostupno na: <https://doi.org/10.2478/jcbtp-2019-0003>

Filipović, I. , Anđelinović M. , Filipović I. (2017) *Platni promet*. London. Pearson.

Gartner (2020) Gartner Identifies Top Five Areas in Digital Commerce that COVID-19 Will Change. Dostupno na: <https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/2020-10-08-gartner-identifies-top-five-areas-in-digital-commerce-that-covid-19-will-change>

Gogoski, R. (2012) Payment Systems in Economy - Present End Future Tendencies. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 44, 436-445. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S187704281201169X>

Gramling, K., Orschell, J. i Chernoff, J. (2021) How E-Commerce Fits into Retail's Post-Pandemic Future. Dostupno na: <https://hbr.org/2021/05/how-e-commerce-fits-into-retails-post-pandemic-future>

Grzelczak, M., Pastusiak, R. (2020) Cashless Payments and Economic Growth in Selected European Countries. *Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska, sectioH – Oeconomia*, 33-46. Dostupno na: <https://journals.umcs.pl/h/article/view/10079/8195>

Gundaniya, N. (2022) Cashless Payment System, the Proof of Technology Evolution. Dostupno na: <https://customerthink.com/cashless-payment-system-the-proof-of-technology-evolution/>

HNB (2015) Kreditni transfer i trajni nalog. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge/kreditni-transfer-i-trajni-nalog>

HNB (2015) O platnom prometu. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/temeljne-funkcije/platni-promet/o-platnom-prometu>

HNB (2017) Statistika platnog prometa u RH 2017. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/-/statistika-platnog-prometa-u-rh-2017->

HNB (2018) Što je elektronički novac? Dostupno na: <https://www.hnb.hr/-/sto-je-elektronicki-novac->

HNB (2021) *Platne kartice i kartične transakcije*. [e-publikacija] Zagreb: Hrvatska narodna banka.

HNB (2022) *Bezgotovinske platne transakcije*. [e-publikacija] Zagreb: Hrvatska narodna banka

HNB (2022) *Godišnje izvješće*. Zagreb: Hrvatska narodna banka.

Holmik, D., Šandrk Nukić, I. i Barković Bojanić, I. (2018) Utjecaj globalizacija na stvaranje bezgotovinskog svijeta. *Conference Proceedings: 2nd International Scientific Conference on Economics and Management - EMAN 2018.*, 321-333. Dostupno na: https://eman-conference.org/wp-content/uploads/2019/11/Holmik_%C5%A0andrk-Nuki%C4%87_Bojani%C4%87_UTJECAJ-GLOBALIZACIJA-NA-STVARANJE-BEZGOTOVINSKOG-SVIJETA_pp_321-333.pdf

Huseynov, F. i Ozkan, S. (2016) Internet users' attitudes toward business-to-consumer online shopping: A survey. *Information Development*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/267040970_Internet_users'_attitudes_toward_business-to-consumer_online_shopping_A_survey

HZJZ (2021) Preporuke za sprječavanje zaraze COVID-19 tijekom održavanja stručnih skupova i poslovnih događanja. Dostupno na: <https://www.hzjz.hr/wp-content/uploads/2020/03/Preporuke-za-sprje%C4%8Davanje-zaraze-COVID-19-tijekom-odr%C5%BEavanja-stru%C4%8Dnih-skupova-i-poslovnih-doga%C4%91anja.pdf>

Ja Trgovac (2021) U dvije godine u Hrvatskoj Glovo dostavio više od 9 milijuna proizvoda. Dostupno na: <https://jatrgovac.com/u-dvije-godine-uhrvatskoj-glovo-dostavio-vise-od-9-milijuna-proizvoda/>

Jonker, N., Cruijssen, C. i Hernández, L. (2015) In love with the debit card but still married to cash. *DNB Working Paper Series*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/273775656_In_love_with_the_debit_card_but_still_married_to_cash

Kim, R.Y. (2020) The Impact of COVID-19 on Consumers: Preparing for DigitalSales. *IEEE Engineering Management Review*, 8581(c). Dostupno na: <https://doi.org/10.1109/emr.2020.2990115>

Leko, V., Stojanović, A. (2018) *Financijske institucije i tržišta*. Zagreb: Ekonomski fakultet

Li, C., Mirosa, M. i Bremer, P. (2020) Review of Online Food Delivery Platforms and their Impacts on Sustainability, *Sustainability*, 12(14). Dostupno na: <https://doi.org/10.3390/su12145528>

Mastercard (2021) Masterindex koronakriza. Dostupno na: <https://www.mastercard.hr/hr-hr/vizija/novosti/masterindex-koronakriza.html>

Mehroliya S, Alagarsamy S i Solaikutty VM. (2021) Customers response to online food delivery services during COVID-19 outbreak using binary logistic regression. *Int J Consum Stud*. 396-408. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7753470/>

Ministarstvo financija – Porezna uprava, Fiskalizacija u prometu gotovinom. Dostupno na: https://www.porezna-uprava.hr/HR_Fiskalizacija/Stranice/FiskalizacijaNovo.aspx

Mišić, T. (2021) Utjecaj pandemije COVID-19 na navike plaćanja u RH. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh>

Okina, Y. (2022). Digitalization of Payment Instruments: Cashless Payments and Loyalty Points Systems. *The Future of Financial Systems in the Digital Age. Perspectives in Law, Business and Innovation*. Springer, Singapore. Dostupno na: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-981-16-7830-1_7

Ong, H. i Chong, L. (2022) The effect of cashless payments on the internet and mobile banking. *Journal of Financial Services Marketing*. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/359036458_The_effect_of_cashless_payments_on_the_internet_and_mobile_banking

Panian, Ž. (2000). Elektroničko poslovanje - šansa hrvatskoga gospodarstva u 21. stoljeću. *Ekonomski pregled*, 268-280, dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/65494>

Payments Europe (2021) What's Next? New Study Reveals Trends In The European Payments Landscape Post-Pandemic. Dostupno na: <https://www.paymentseurope.eu/whats-next-new-study-reveals-trends-in-the-european-payments-landscape-post-pandemic/>

Pečenec, I. i Zoroja, J. (2018). Study on e-Commerce in Croatia: Customers' Preferences', Proceedings of the ENTRENOVA - *ENTERprise REsearch InNOVAtion Conference*, 4(1), str. 175-181. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/251069>

Pinchefsky, C. (2020) Five predictions for the future of contactless payment. Dostupno na: <https://www.hpe.com/us/en/insights/articles/five-predictions-for-the-future-of-contactless-payment-2005.html>

Polasik, M., Huterska, A., Iftikhar, R i Mikula, S. (2020) The impact of Payment Services Directive 2 on the PayTech sector development in Europe. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 178. 385-401. Dostupno na: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167268120302328>

Poslovni FM (2020) Istraživanje o utjecaju koronavirusa na kupovne navike potrošača. Dostupno na: <https://www.poslovnifm.com/gia/gia-hrvatska/istrazivanje-outjecaju-koronavirusa-na-kupovne-navike/>

Prelec, D. i Simester, D. (2001) Always Leave Home Without It: A Further Investigation of the Credit-Card Effect on Willingness to Pay. *Marketing Letters* 12, 5–12. Dostupno na: <https://web.mit.edu/simester/Public/Papers/Alwaysleavehome.pdf>

SEPA (2021) Što je SEPA. Dostupno na: <https://www.sepa.hr/sepa-opcenito/>

Shaw, N., Eschenbrenner, B. i Baier, D. (2022.) Online shopping continuance after COVID-19: A comparison of Canada, Germany and the United States. *Journal of Retailing and Consumer Services*. Dostupno na: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9379614/>

Sheth, J. (2020.) Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die? *Journal of Business Research*, 117, str. 280-283. Dostupno na <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0148296320303647>

Sivanesan, R. (2017), A study on problems faced by customers in online shopping with special reference to Kanyakumari district, *International Journal of Research in Management and Business Studies*, 22-25. Dostupno na: <http://ijrmbs.com/vol4issue3SPL1/sivanesan.pdf>

Sivens, N. i Siegal, R. (2020) Contactless Payment. Dostupno na: <https://investinganswers.com/dictionary/c/contactless-payment>

Stavins, J. (2016) The effect of demographics on payment behavior: *Panel data with sample selection, Working Papers*, 16-5, Federal Reserve Bank of Boston, Boston, MA. Dostupno na: <https://www.econstor.eu/bitstream/10419/171759/1/864831447.pdf>

Stavins, J. i Wu, H. (2017.) Payment Discounts and Surcharges: The Role of Consumer Preferences. *Working Papers 17-4, Federal Reserve Bank of Boston*. Dostupno na: <https://www.bostonfed.org/publications/research-department-working-paper/2017/payment-discounts-and-surcharges-the-role-of-consumer-preferences.aspx>

Sunitha T.K. i Gnanadhas, E. (2014) Online Shopping - An Overview. *B-DIGEST*. 6. 16-22. Dostupno na: https://www.researchgate.net/publication/264556861_Online_Shopping_-_An_Overview

Swiecka, B. i Grima, S. (2019). Factors Affecting the Consumers' Choice of Payment Instrument in Poland, *European Research Studies Journal*. 4, 179-198. Dostupno na: <https://ersj.eu/journal/1505#>

Topolko Herceg, K. (2021). Utjecaj pandemije covid-19 na online ponašanje potrošača u hrvatskoj. *CroDiM*, 4 (1), 131-140. Dostupno na: <https://hrcak.srce.hr/254860>

Van Doremalen, N. et al (2020) Aerosol and surface stability of HCoV-19 (SARS-CoV-2) compared to SARS-CoV-1. *The New England Journal of Medicine*. Dostupno na: <https://www.medrxiv.org/content/10.1101/2020.03.09.20033217v2.full-text>

Wakamori, N. i Welte, A. (2017) Why Do Shoppers Use Cash? Evidence from Shopping Diary Data. *Journal of Money, Credit and Banking*. 49. 115-169. Dostupno na: <https://www.semanticscholar.org/paper/Why-Do-Shoppers-Use-Cash-Evidence-from-Shopping-Wakamori-Welte/af2ca0c1163c7ce4204b213d3ab8eea5655e2de5>

WHO (2022.) Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Dostupno na: <https://covid19.who.int/table>

Zakon o čeku, Članak 1, NN 74/94. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/387/Zakon-o-%C4%8Deku>

Zakon o platnom prometu, Članak 117, NN 66/18. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/86/Zakon-o-platnom-prometu>

Zakon o elektroničkom novcu, Članak 3, NN 64/18. Dostupno na: <https://www.zakon.hr/z/426/Zakon-o-elektroni%C4%8Dkom-novcu>

Zakonnik, L., Czerwonka, P. i Zajdel, R. (2018.) Contactless payments in Poland - advantages and disadvantages based on surveys of a selected group of users over the years 2011-2018. *SHS Web Conf*. Dostupno na: https://www.shs-conferences.org/articles/shsconf/abs/2018/18/shsconf_infoglob2018_01033/shsconf_infoglob2018_01033.html

Popis slika

| | |
|---|----|
| <i>Slika 1: Platni sustavi u Republici Hrvatskoj</i> | 7 |
| <i>Slika 2: Korištenje glavnih platnih instrumenata u europodručju</i> | 12 |
| <i>Slika 3: Broj i vrijednost nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija</i> | 13 |
| <i>Slika 4: Struktura nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija</i> | 14 |
| <i>Slika 5: Struktura nacionalnih bezgotovinskih platnih transakcija prema vrijednosti izvršenih transakcija</i> | 15 |
| <i>Slika 6: Struktura međunarodnih bezgotovinskih platnih transakcija prema broju izvršenih transakcija</i> | 16 |
| <i>Slika 7: Struktura međunarodnih bezgotovinskih platnih transakcija prema vrijednosti izvršenih transakcija</i> | 17 |
| <i>Slika 8: Usporedni prikaz korištenja različitih instrumenata plaćanja – broj</i> | 20 |
| <i>Slika 9: Usporedni prikaz korištenja različitih instrumenata plaćanja – vrijednost u kunama</i> | 21 |
| <i>Slika 10: Udio platnih kartica u odnosu na gotov novac</i> | 22 |
| <i>Slika 11: Simbol beskontaktnog plaćanja</i> | 24 |
| <i>Slika 12: Broj kontaktnih i beskontaktnih platnih kartica</i> | 25 |
| <i>Slika 13: Beskontaktne transakcije</i> | 26 |
| <i>Slika 14: Pristup Internetu u kućanstvima, 2016. i 2021.</i> | 28 |
| <i>Slika 15: Korisnici Interneta koji su naručili robu ili usluge za privatnu uporabu, 2016. i 2021.</i> | 29 |
| <i>Slika 16: Online kupnja robe u EU, 2021</i> | 30 |
| <i>Slika 17: Online kupnja u RH</i> | 31 |
| <i>Slika 18: Preferencije korištenja gotovine prema demografskim pokazateljima</i> | 37 |
| <i>Slika 19: Preferencije korištenja kartica prema demografskim pokazateljima</i> | 37 |

| | |
|---|-----------|
| <i>Slika 20: Preferirani platni instrumenti po državama</i> | <i>38</i> |
| <i>Slika 21: Udio platnih instrumenata korištenih u POS i P2P transakcijama</i> | <i>39</i> |
| <i>Slika 22: Korištene platne metode tijekom pandemije</i> | <i>40</i> |
| <i>Slika 23: Razlozi promjene platnih navika tijekom pandemije</i> | <i>41</i> |
| <i>Slika 24: Učestalost korištenja gotovine nakon pandemije.....</i> | <i>42</i> |
| <i>Slika 25: Plaćanja karticom prema broju i vrijednosti transakcija</i> | <i>43</i> |


Popis tablica

Tablica 1: Broj kontaktnih i beskontaktnih platnih kartica izdanih u RH u 2019. i 2021.

godini 25


Životopis

LEA
ČRNČEC

11.10.1997. 

Pirovačka 11, 10040 Zagreb 

lcrncec@net.efzg.hr 

091 348 5385 



RADNO ISKUSTVO

Teva Pharmaceuticals Industries Ltd. | Pliva Hrvatska d.o.o.

KOLOVOZ 2021 - DANAS

Accountant at GBS Finance

Pliva Hrvatska d.o.o.

SIJEČANJ 2020 – SRPANJ 2021

Commercial Assistant

Student



OBRAZOVANJE

Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu | smjer Financije

LISTOPAD 2016 – DANAS

16. gimnazija Zagreb

RUJAN 2021 – SVIBANJ 2016



CERTIFIKATI

- Summer Tax Academy EY
- PwC Upskilling Academy