Tradicionalno i suvremeno bankarstvo u Republici Hrvatskoj

Marković, Anđela

Undergraduate thesis / Završni rad

2019

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://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:148:570228

Rights / Prava: In copyright / Zaštićeno autorskim pravom.

Download date / Datum preuzimanja: **2024-03-29**



Repository / Repozitorij:

REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economcs & Business Zagreb







Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Preddiplomski stručni studij

TRADICIONALNO I SUVREMENO BANKARSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

Anđela Marković

Zagreb, srpanj 2019.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Preddiplomski stručni studij

TRADICIONALNO I SUVREMENO BANKARSTVO U REPUBLICI HRVATSKOJ

Završni rad

Ime i prezime : Anđela Marković

JMBAG : 0067559098

Mentor: Prof.dr.sc. Ivan Strugar

Zagreb, srpanj 2019.

_____
Ime i prezime studenta/ice

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je _____
(vrsta rada)
isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu,_____ _____
(potpis)

SADRŽAJ

1. UVOD ... 2
1.1.Cilj i svrha rada ... 2
1.2.Izvori podataka i metode istraživanja ... 2
1.3.Sadržaj i struktura rada ... 3
2. GLAVNE ZNAČAJKE BANKARSTVA ... **4**
2.1. Pojam i nastanak banaka ... 4
2.2. Vrste banaka ... 6
2.3. Bankovne usluge ... 8
2.4. Obilježja bankarskog tržišta ... 10
3. ANALIZA TRADICIONALNOG I SUVREMENOG BANKARSTVA ... 13
3.1. Glavne odrednice klasičnog bankarstva ... 13
3.1.1. Usluge tradicionalnog bankarstva ... 13
3.1.2. Utjecajni čimbenici razvoja tradicionalnog bankarstva ... 14
3.1.3. Trendovi koji su utjecali na tradicionalno bankarstvo ... 16
3.1.4. Ograničenja tradicionalnog bankarstva ... 18
3.2. Općenito o suvremenom bankarstvu ... 18
3.2.1. Razvoj suvremenog bankarstva ... 19
3.2.2. Kanali distribucije suvremenog bankarstva ... 22
3.2.3. Moderne financijske inovacije u suvremenom bankarstvu ... 29
3.2.4. Prednosti i nedostaci suvremenog bankarstva ... 30
4. OBILJEŽJA GENERACIJE Z ... **32**
4.1. Pripadnici generacije Z ... 32
4.2. Obilježja generacije Z ... 33
4.3. Uloga tehnologije u životu generacije Z ... 33
5. USPOREDBA TRADICIONALNOG I SUVREMENOG BANKARSTVA ... 36
5.1. Strateška važnost odnosa banke i klijenata ... 36
5.2. Mogući propusti banaka prilikom uvođenja novih tehnologija ... 37
5.3. Sigurnosni rizici i rješenja ... 38
5.4. Zakonska regulativa suvremenog poslovanja u Republici Hrvatskoj ... 39

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE – KORIŠTENJE BANKARSTVA KOD GENERACIJE Z 41
6.1. Metodologija istraživanja 41
6.2. Rezultati istraživanja 41
6.3. Ograničenja istraživanja 45
7. ZAKLJUČAK 47
LITERATURA 50
POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA 53

1. UVOD

1.1.Cilj i svrha rada

Obzirom da su već u najranijoj dobi imali pristup Internetu, mladi rođeni između 1995. i 2009. godine svojevrsni su "pioniri" u poznavanju i korištenju moderne tehnologije i društvenih medija. Smatra ih se budućnošću globalne ekonomije i ciljana su grupa većine trgovačkih lanaca. Riječ je o – generaciji Z koja se popularno naziva i i*Fejs* generacijom te i*Phone* generacijom. Pripadnici generacije Z su kreativni, znatiželjni i ambiciozni. Od najranije dobi imali su pristup tehnologiji i Internetu pa su, više nego druge skupine, upućeni u aktualne vijesti i globalna pitanja. Brzo upijaju novu tehnologiju i inovacije, a prema istraživanju Sveučilišta u Marylandu, pokazuju izražene emocionalne simptome ukoliko su odvojeni od svojih elektroničkih uređaja[1].

Cilj ovog rada je prikazati glavne teorijske odrednice tradicionalnog i suvremenog bankarstva, te istražiti glavne značajke generacije Z. Također je cilj na anketnom istraživanju istražiti u kojoj mjeri generacija Z koristi bankarstvo.

1.2.Izvori podataka i metode istraživanja

Ovaj završni rad je napravljen na temelju prikupljanja i analize sekundarnih izvora podataka. Sekundarni izvori podataka dostupni su znanstvenoj i stručnoj literaturi vezanoj uz tradicionalno i suvremenog bankarstvo, te uz generaciju Z. Osim sekundarnih, korišteni su i primarni podaci dobiveni anketnim istraživanjem.

Metode koje su korištene prilikom izrade rada su:
1.Metoda indukcije – sustavna primjena induktivnog načina zaključivanja kojim se putem analize pojedinačnih činjenica dolazi do općeg zaključka.
2. Metoda dedukcije – sustavna primjena deduktivnog načina zaključivanja u kojem se iz općeg suda izvode pojedinačni, posebni zaključci u radu.
3. Metoda analize – metoda u kojem se vrši raščlanjivanje složenih pojmova i zaključaka na jednostavnije dijelove i elemente.
4. Metoda sinteze – metoda u kojem se putem znanstvenog istraživanja putem sinteze vrši transformacija jednostavnih sudova u složenije.

[1]Prema:https://mail.google.com/mail/u/2/#inbox/KtbxLzFrKtkwnBqnkmfrvCmvpbKdjzzhJq?projector=1&messagePartId=0.4 , pristupljeno : 10.06.2019.

5. Metoda generalizacije – metoda u kojoj je misaoni postupak uopćavanja putem kojeg se od posebnog pojma dolazi do općenitijeg.
6. Metoda klasifikacije – podjela općeg pojma na posebne pojmove.
7. Metoda deskripcije – metoda u kojoj se na jednostavan način opisuju činjenice, procesi i predmeti, bez znanstvenog tumačenja i objašnjavanja.
8. Metoda kompilacije – metoda u kojoj se preuzimaju rezultati tuđih opažanja, stavova i spoznaja.

1.3.Sadržaj i struktura rada

Sadržaj i struktura rada koncipirani su u sedam poglavlja.

Prvo poglavlje govori o cilju i svrsi rada, izvorima podataka te strukturi rada. U drugom poglavlju prikazane su glavne značajke bankarstva. Treće poglavlje prikazuje analizu tradicionalnog i suvremenog bankarstva. Četvrto poglavlje prikazuje glavne odrednice generacije Z. U petom poglavlju izvršena je usporedba tradicionalnog i suvremenog bankarstva. U šestom poglavlju prikazani su rezultati empirijskog istraživanja koje je provedeno u lipnju 2019. Godine. U sedmom poglavlju dan je zaključak rada. Osmo, kao zaključno poglavlje prikazuje bibliografske jedinice koje su korištene prilikom izrade ovog rada. Na kraju rada nalazi se popis slika, tablica i grafikona.

2. GLAVNE ZNAČAJKE BANKARSTVA

"Definiranje banke kao pojma, oduvijek se kretalo u istome smjeru, a proširivanje definicije bilo je u skladu s porastom broja usluga koje se pružaju unutar banke. Pojam "banka" potječe od latinske riječi "*banco*" što označava klupu (u današnjem smislu šalter), postavljenu na ulici, trgu ili sajmu, na kojoj se vršila razmjena različitih oblika i vrsta novca, kao i novčane transakcije naplate i plaćanja u vezi s obavljenim trgovinskim prometom. Banke su financijske institucije, koje nude najširi oblik financijskih usluga, i provode najširi oblik financijskih funkcija od bilo kojeg poduzeća u cjelokupnoj ekonomiji."[2]

2.1. Pojam i nastanak banaka

Banka je financijska organizacija koja prima depozite na koje plaća kamatu i usmjerava ih uglavnom u zajmove izvršavajući, za svoje komitente, i različite usluge financijskog servisa. Nastala je i razvila se kao kreditna organizacija koja uz niže (pasivne) kamate prikuplja raspoloživa novčana sredstva te ih, uz više (aktivne) kamate, pozajmljuje (plasira) na tržište.[3]

Svaka zemlja svojim propisima o bankarskom poslovanju donosi svoje tumačenje pojma banke, ali i njene vrste te regulira ulogu i način poslovanja. Definicija, vrste i način poslovanja banaka u Republici Hrvatskoj definirani su Zakonom o kreditnim institucijama i Zakonom o bankama.[4]

"Banka je ustanova koja posreduje u novčanom prometu radi stjecanja zarade ili obavlja neke društvene funkcije".[5]

"Poslovna banka može se definirati kao depozitna ustanova koja je relativno neograničena u svojoj mogućnosti odobravanja poslovnih zajmova kojoj je dopušteno izdavati čekovne račune. Banka se može definirati i kao financijska institucija koja nudi najveći broj financijskih usluga, posebno kredite, štednju i usluge plaćanja, i provodi najveći broj financijskih funkcija bilo kojeg poduzeća u gospodarstvu."[6]

---

[2] Rose, P.S.(1991.): Commercial bank Menagement, Richard D. Irwin, INC, str. 7.
[3] Prema: Banka, dostupno na: http://www.ecb.int/press/key/date/2012/html/sp120907.en.html, pristupljeno: 10.06.2019.
[4] Prema: Hrvatska narodna banka, dostupno na: http://hnb.hr, pristupljeno: 10.06.2019.
[5] Dragičević A. (1991.): Ekonomski leksikon, Informator, Zagreb, str. 31.
[6] Rose, P.S. (1991.): Commercial bank Menagement, Richard D. Irwin, INC, str. 6. – 10.

Banka je novčarski zavod, financijska institucija kojoj je glavna djelatnost posredovanje u novčanim i kreditnim poslovima; banka prima novčana sredstva u polog (depozit) i plasira ih u kredite i tzv. novčane investicije, baveći se usto i financijskim uslugama. [7]

Banka je profitna organizacija kojoj je osnovna djelatnost nuđenje financijskih usluga. Tradicionalne usluge banke svode se na primanje depozita, koji su joj i najvažniji izvor sredstava, te davanje kredita iz depozita, te pružanje usluga novčanih transakcija. Banke nude različite proizvode koji su usmjereni na poduzeća, stanovništvo ili na državu.[8]

"Banke su dominantne ustanove unutar financijskog sustava (uz osiguravajuća društva, mirovinske fondove, investicijske fondove, državne kreditne agencije, financijske kompanije i ostale financijske ustanove) koje se bave prikupljanjem depozita, njihovim umnožavanjem kroz kreditne aktivnosti, te su zato pod nadzorom središnje banke. Svojim posredovanjem između suficitarnih sektora (uglavnom građana) i deficitarnih sektora (uglavnom poduzeća i države) omogućuju prijenos kupovne modi, te povećanje proizvodnje, potrošnje, odnosno blagostanja. Iz tog razloga banke imaju veliki značaj unutar financijskog sustava jer njihovo stanje izravno utječe na stanje financijskog tržišta i gospodarstva uopće. Prikupljajući depozite, odnosno štednju i daljnjim plasiranjem prikupljenih sredstava banke bi trebale ostvarivati, ne samo vlastite probitke, nego alokacijskom efikasnošću pridonositi efikasnosti realnog sektora. Uz to, one bi trebale trajno održavati povjerenje u monetarni sustav jer je to preduvjet funkcioniranja sustava tržišne alokacije oskudnih resursa kojom se potiče opća efikasnost i razvoj."[9]

"Zakon o bankama definira banku kao financijsku instituciju osnovanu kao dioničko društvo sa sjedištem u Republici Hrvatskoj, koja je od Hrvatske narodne banke dobila odobrenje za rad, a čiji je predmet poslovanja primanje novčanih depozita i odobravanje kredita i drugih plasmana iz tih sredstava u svoje ime i za svoj račun, kao i izdavanje sredstava plaćanja u obliku elektronskog novca, te obavljanje ostalih djelatnosti (financijskih usluga) utvrđenih Zakonom o bankama i odobrenjem HNB-a."[10]

[7] Prema:Banka, dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=5713, pristupljeno: 10.06.2019.
[8] Prema: Banka, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/B/Banka, pristupljeno: 10.06.2019..
[9] Jurman A.(2006) : Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, str.62.
[10] Zakon o bankama, NN 84/02.

2.2. Vrste banaka

Raznovrsnost tipova banaka ima svoje ishodište u osnovnim funkcijama bankarstva, a to su:

- mjenjačka funkcija s kojom je usko povezana,
- funkcija primanja depozita i prijenosa (transfera), odnosno plaćanja po nalogu deponenta često u nekom drugom mjestu i u drugom novcu. S tom drugom funkcijom povezana je i funkcija kreditiranja.

"U višestoljetnom razvoju bankarstva iz tih funkcija razvijaju se ostale bankarske funkcije. Te funkcije rezultat su izmijenjenih okolnosti i promijenjenih i novih potreba gospodarstva u kojim su te banke i nastajale i u kojima su djelovale. Teško je odrediti koje su vrste banaka nastale prije drugih, ali je moguće konstatirati da su univerzalne banke najvjerojatnije prethodile svim ostalim vrstama. No ova konstatacija nije apsolutna budući da su se među prvim bankarskim poslovima javili i depozitni poslovi, ali i hipotekarni poslovi, što znači da te banke imaju i obilježja depozitarnih ali i hipotekarnih banaka. Središnje banke kao banke banaka, odnosno emisijske banke gotovo istovremeno nastaju kada i depozitne kreditne banke. Razne specijalizirane banke i štedionice vremenski slijede."[11]

Prema tomu razlikujemo sljedeće vrste banaka:

- središnje banke - Središnje banke se razlikuju od komercijalnih banaka u stanovitim vitalnim oblicima. Prvo, njima rukovode ljudi koji su manje ili više tijesno povezani s ostalim organima vlade. Drugo, one ne postoje da bi osigurale maksimalan profit, što je osnovni cilj jedne komercijalne banke. Treće, one moraju imati posebnu vezu s komercijalnim bankama kako bi mogle djelovati na njih u izvršenju vladine ekonomske politike. Kao posebnu specifičnost središnje banke, koja se čini potpuno različitim od drugih, treba navesti da kod tih banaka značaj njihove pasive određuje značaj njihove aktive, dok kod središnjih banaka to nije tako. Središnja banka samo po sebi stvara sredstva i to na osnovi svojih aktivnih operacija, dakle, kredita koje ona odobrava, te emisije novčanica koja je i njena glavna pasivna operacija.[12]
- Depozitno - kreditne banke – " Depozitno-kreditne banke još se nazivaju i komercijalne banke. To su banke koje kreditiraju gospodarstvo ali i stanovništvo. Temelj ovih aktivnosti čine kratkoročni depoziti iz svih izvora. Odobravanjem kredita

[11] Jurman A. (2006.) : Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, str. 62.
[12]Središnja banka, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/S/Sredi%C5%A1nja-banka, pristupljeno: 11.06.2019.

prve banke povećavaju novčanu masu. Tu pojavu danas nazivamo sekundarna emisija novca što ima izuzetan utjecaj na robno novčane odnose, stabilnost tečaja nacionalne valute, a time i cjelokupnog gospodarskog sustava zemlje. Uz to središnja banka temeljem svojih ingerencija surađuje s ovim bankama te u konačnici usmjerava i kontrolira njihov rad. Uloga depozitno - kreditnih banaka u suvremenom bankarstvu je izuzetno značajna. Te banke kroz obnašanje svojih funkcija utječu na cjelokupna gospodarska kretanja. No svakako moraju rukovoditi načelom isplativosti svojih poslova uz minimiziranje rizika koji mogu nastati takvim aktivnostima. Moraju izvrsno poznavati gospodarske subjekte da bi ispravno postupale. Uz to moraju raspolagati i educiranim kadrovima i odgovarajućom bazom podataka."[13]

- specijalizirane banke - Organiziranjem bankarskog poslovanja na načelima specijalizacije omogućuje bankama potpunije i sveobuhvatnije sagledavanje potreba svojih klijenata, smanjenje rizika u poslovnim odnosima, kvalitetnije osiguranje izvora sredstava putem suradnje sa sličnim bankama iz inozemstva bez obzira na oblik te suradnje, - odgovarajuću kadrovsku ekipiranost.[14]
- univerzalne banke - Ove banke za razliku od drugih banaka pružaju većinu bankarskih usluga. Njihova prednost je u razdobljima loše konjukture kada kroz jačanje određene djelatnosti mogu više ili manje, kompenzirati one loše poslove koje ne mogu propustiti. Njihova loša strana je odsustvo specijalizacije; široki plan djelovanja što znatno povećava troškove i rizik poslovanja. To se odražava i na troškove vezane za zaposlenike budući da je nužno imati stručnjake raznih profila sukladno uslugama koje pružaju.[15]
- štedionice - Štedionice su specifične, specijalizirane financijske institucije. Osnovna djelatnost im je prikupljanje i plasman štednje najširih slojeva stanovništva. To je i jedna od bitnih funkcija svakog bankarskog poslovanja. Njihova specifičnost se očituje u prikupljanju tih malih, ali brojnih ušteda. Prikupljaju sredstva koja zbog svoje veličine i rascjepkanosti nisu interesantna za ostale institucije. Upravo zbog takvih ušteda mogu postati značajan izvor sredstva.[16]

[13]Komercijalne banke, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/K/Komercijalne-banke, pristupljeno: 11.06.2019.
[14]Specijalizirane banke, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/S/Specijalizirane-banke, pristupljeno: 11.06.2019
[15] Univerzalne banke, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/U/Univerzalne-banke, pristupljeno: 11.06.2019
[16]Štedionica, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/%C5%A0/%C5%A0tedionica, pristupljeno: 11.06.2019

2.3. Bankovne usluge

"Uzmu li se u obzir prethodno spomenute definicije, jasno je da je uzimanje depozita temeljna zadaća banke. Uz to banke imaju još uloga od kojih su najznačajnije:

- uloga posrednika (transformacija štednje u kredite),
- uloga plaćanja (izvršavanje plaćanja za dobra i usluge u korist klijenata),
- uloga garancije (pružanje potpore klijentima kada oni nisu u mogućnosti u potpunosti izvršiti obveze),
- uloga zastupanja (nastupanje u korist klijenata da bi se zaštitilo njihovo vlasništvo),
- politička uloga (pomoć u vladinoj politici i u regulaciji gospodarskog rasta i postizanju društvenih ciljeva)."[17]

Postoji mnoštvo raznovrsnih bankarskih poslova, a najjednostavnije se mogu svrstati u pasivne, aktivne i neutralne. Pasivni poslovi su oni pomoću kojih banka dolazi do sredstava (banka je dužnik), aktivni su oni u kojima banka ima ulogu vjerovnika, a neutralni oni u kojima je banka komisionar (niti dužnik, niti vjerovnik). Za poslovanje banke od temeljnog su interesa pasivni poslovi jer preko njih ona prikuplja sredstva za svoj rad, a o karakteru tih poslova ovisi čitava njena kreditna djelatnost po opsegu i vrsti. Razlikuju se kratkoročni i dugoročni aktivni i pasivni poslovi. [18]U kratkoročne pasivne poslove ubrajaju se:

1. depozitni poslovi (najvažniji pasivni kratkoročni poslovi) koje čine:
   - ulozi na štednju,
   - novčani polozi,
   - čekovni i žiro - depoziti,
2. specijalni poslovi (kojima se bave samo specijalne banke), a tu se ubrajaju:
   - emisija novčanica (samo emisiona banka) – reeskont,
   - relombard,
   - izdavanje obveznica i blagajničkih zapisa.[19]

[17] Zakon o bankama, NN 84/02.
[18] Prema : Jurman A(2006):Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str.62.
[19] Prema : Ibid.

Dugoročni pasivni poslovi podrazumijevaju prikupljanje dugoročnih sredstava emisijom vrijednosnih papira na tržištu kapitala. Najvažniji kratkoročni aktivni poslovi su:

1. kontokorentni kredit,
2. eskontni kredit,
3. lombardni kredit,
4. akceptni kredit ,
5. rambursni kredit.

Dugoročni aktivni bankarski poslovi proizlaze iz dugoročnih pasivnih bankarskih poslova, a odnose se na plasiranje sredstava prikupljenih pasivnim bankarskim poslovima u dugoročne kredite u različitim oblicima (hipotekarni, građevinski, investicijski). Temeljem navedenih poslova podrazumijevaju se i određene funkcije banaka. [20]

Osnovne funkcije banaka mogu se kategorizirati u sljedeće:

1. financijsko posredovanje u koje se ubraja:
   - prikupljanje sredstava u zemlji i iz inozemstva i po odbitku rezervi likvidnosti davanje kredita,
   - ročna transformacija depozita, stvaranje efikasnih i racionalnih metoda mobilizacije i usmjeravanja sredstava,
   - optimalna koncentracija i integracija novčanih tijekova u cilju prebrođivanja teritorijalnih, vremenskih i namjenskih ograda. [21]

2. posredovanje u plaćanjima, i to:
   - platni promet s inozemstvom,
   - platni promet u zemlji;

3. kreiranje novca[22].

Sukladno Zakonu o bankama, bankarskim se uslugama smatraju primanje novčanih depozita i odobravanje kredita i drugih plasmana iz tih sredstava u svoje ime i za svoj račun, kao i izdavanje sredstava plaćanja u obliku elektronskog novca. Uz bankarske, banka po Zakonu

[20] Prema Hadžić, M. (2013.) : Bankarstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 50.
[21] Jurman A. (2006.): Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str. 69.
[22] Prema : Ibid

može pružati i ostale financijske usluge, ako od HNB-a dobije odobrenje za pružanje tih usluga.[23]

2.4. Obilježja bankarskog tržišta

U nastavku će se prikazati obilježja bankarskog klasičnog i suvremenog tržišta.

Osnovne karakteristike tradicionalnog – klasičnog bankarstva su decentralizacija, odnosno postojanje više nezavisnih računala instaliranih na različitim lokacijama, i široka mreža poslovnica u kojima se nude proizvodi i usluge. Široka mreža poslovnica omogućavala je povećanje tržišnog udjela banaka odnosno, time je omogućeno da se standardizirani proizvodi nude na većem broju mjesta. Istodobno se javila i potreba zapošljavanja većeg broja ljudi što je povećavalo njihove ulazne troškove, ali upravo to čuvalo ih je od rasta konkurencije i dovodilo do stvaranja oligopolne tržišne strukture u bankarstvu. Za komitente je to značilo da se oni moraju prilagoditi banci, bilo u pogledu radnog vremena ili pri izboru proizvoda i usluga te cijena, odnosno kamatnih stopa i naknada, a ne ona njima[24].

Zbog jačanja konkurencije i zbog nastalih problema bankari su bili prisiljeni učiniti jedan korak dalje te su stoga razvili prodajnu filozofiju koju, kako navodi Rončević, karakterizira sljedeći stav:

- gubitak tržišnoga udjela rezultat je pomanjkanja prodajnih napora,
- porast profitabilnosti dolazi od pojačanih promotivnih napora (prodaje),
- zaposlenici moraju biti motivirani i moraju biti nagrađeni za povećanje prodaje. [25]

Polazeći od navedenoga, poslovne banke u nastojanju da poprave vlastiti tržišni položaj, naglasak stavljaju na povećanje prodaje i na prodajne aktivnosti.

Rose je kao usluge tradicionalnih banaka naveo sljedeće:

- obavljanje mjenjačkih poslova,
- diskontiranje komercijalnih zapisa i odobravanje poslovnih kredita,
- ponuda štednih depozita,

[23] Zakon o bankama, NN 84/02
[24]Jurman A. (2006.): Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka, str. 69.
[25] Rončević, A. (2006.): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb, str. 760.

- čuvanje dragocjenosti,
- potpora vladinim aktivnostima preko kreditiranja,
- ponuda depozita po viđenju,
- ponuda povjereničkih usluga.[26]

Moderno bankarstvo karakterizira svojevrsna centralizacija koju omogućuje primjena novih tehnologija, a pretpostavlja postojanje jednog središnjeg računala koje obavlja sve operacije s podacima i gdje su pohranjeni svi potrebni podaci, a s perifernim uređajima povezano je odgovarajućim komunikacijskim vezama. Povoljnijim uvjetima za razvoj modernog bankarstva pridonosi sve veći broj informatički pismenih ljudi i informatiziranih radnih mjesta. [27]

Također, troškovi pružanja novih bankarskih proizvoda i usluga sve su niži što pozitivno utječe na njihovu dostupnost komitentima. U takvim je uvjetima konkurencija u bankarskome sektoru sve jača. Na taj način otvaraju se mogućnosti manjim bankama da se suprotstave tzv. velikim bankama koje postaju opterećene skupim mrežama svojih poslovnica i problemom viška zaposlenih[28].

Prema Rončeviću, moderno bankarstvo zasniva se na tržišnoj filozofiji koja polazi od sljedećeg:

- klijent zna što hoće i znat će prepoznati banku koja ću mu to najbolje pružiti,
- odluke o proizvodima/uslugama nikada ne oblikovati bez suradnje s komitentom,
- potreban je veliki broj varijacija u ponudi bankarskih proizvoda/usluga,
- ponuda mora nadmašiti potražnju za bankarskim proizvodima/uslugama.[29]

U praksi modernog bankarstva to znači da se naglasak stavlja na istraživanje tržišta, zaposlenici se intenzivno poučavaju radi unaprjeđenja vještina u pružanju usluga komitentima i više se usmjerava na ostvarivanje dohotka od naknada, odnosno provizija, a ne od kamata. Iskustva u zemljama razvijenog tržišnog gospodarstva pokazala su da je zbog primjene novih tehnologija i deregulacije financijskog sektora, odnosno smanjivanja i ukidanja kontrola aktivnosti financijskih institucija, potrebno promijeniti odnos između komitenata i banke.

[26] Rose, P.S.(2005.): Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb, str. 17-19.
[27] Kunac, J. (2011.): Novi modeli bankarske komunikacije, Informatol. 44, Zagreb, str. 343.
[28] Prema Ibid str.322
[29] Rončević, A. (2006): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb, str. 762.

Zapravo, komitentima je potrebno pružiti vrijednost i omogućiti im utjecaj na ponašanje banke. Koliko je to važno dokazuje činjenica da će komitenti eliminirati one banke koje im ne pružaju vrijednost, bilo zbog nesposobnosti, nepažnje ili pak vlastitoga izbora. Da bi banka opstala, ona mora redefinirati svoju filozofiju poslovanja[30].

Rončević navodi da suvremene banke moraju naučiti sljedeće:
1." identificirati vrijednost koju mogu ponuditi za specifičan proizvod/tržište segment,
2. kreirati vrijednost za specifičan proizvod/tržište segment,
3. održavati ili održati relaciju između vrijednosti za specifičan proizvod/tržište segment."[31]

Banke koje su vodeće u razvijanju tehnika filozofije vrijednosti bit će u mogućnosti koristiti se diferencijacijom proizvoda i usluga kao sredstvom njihovog dugoročnog opstanka.

Za razliku od tradicionalnih bankarskih usluga, kako navodi Rose, banke u novije doba pružaju neke od sljedećih usluga:

- "odobravanje potrošačkih kredita,
- financijsko savjetovanje,
- upravljanje gotovinom,
- ponuda opreme na leasing,
- odobravanje kredita za kapital namijenjen ulaganju u visoko profitabilne projekte visokog stupnja rizika,
- prodavanje usluga osiguranja,
- usluge mirovinskog osiguranja,
- usluge investiranja u vrijednosne papire,
- usluge investicijskih fondova i anuiteta,
- ponuda investicijskih i komercijalnih bankovnih usluga".[32]

[30]Prema Ibid str. 751.
[31] Rončević, A. (2006.): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb, str. 762. – 763.
[32] Rose, P.S.(2005.): Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb, str. 20 - 31.

3. ANALIZA TRADICIONALNOG I SUVREMENOG BANKARSTVA

U nastavku će biti izvršena analiza tradicionalnog i suvremenog bankarstva.

3.1. Glavne odrednice klasičnog bankarstva

3.1.1. Usluge tradicionalnog bankarstva

"Tradicionalno bankarstvo karakteriziraju decentralizacija i široka mreža poslovnica u kojima se nude proizvodi i usluge. Široka mreža poslovnica omogućivala im je povećanje tržišnoga udjela. Takav im je nastup omogućivao da homogene (standardizirane) proizvode nude na velikom broju mjesta, ali i potrebu zapošljavanja velikoga broja ljudi. Budući da su morali plaćati visoke fiksne i varijabilne troškove, naglasak su stavljali na minimizaciju troškova. Uz veoma izražene promjene, uzrokovane promjenama u gospodarskim fazama pa tako i potražnjom, podnosili su visoke troškove instaliranih kapaciteta. U isto ih je vrijeme, zato što su "ulazni" troškovi novim ponuđačima bankarskih usluga bili visoki, to čuvalo od rasta konkurencije i dovodilo je do stvaranja oligopolne tržišne strukture u bankarstvu".[33]

"Za klijente to je značilo da se oni moraju prilagoditi banci, a ne ona njima, bilo pri određivanju radnog vremena, bilo pri izboru proizvoda i usluga i cijena (kamatne stope, naknade). Banke su posvećivale pozornost promjenama u izvještaju o računu gubitka i dobiti, a ne potrebama i vrijednostima koje su potrebne klijentu. Manifestacija opisane proizvodne filozofi je u praksi se obično izražava ovim riječima: "pruži im ček bilo koje boje tako dugo dok su čekovi zeleni" ili "trebaš kredit, dođi k nama".[34]

Tradicionalna se banka može lagano prepoznati po tome što je njena primarna djelatnost prikupljanje depozita i odobravanje kredita. Među glavne karakteristike spadaju:

- prikupljanje slobodnih sredstava i na toj osnovi odobravanje kredita,
- neosjetljiva je na konkurenciju zbog neravnoteže ponude i potražnje za kreditima, koja uvijek ide u korist potražnje,
- bavi se posredovanjem s tim da se ne osvrće previše na potrebe klijenata,
- kao tržišno privilegirana institucija, banka razvoj planira i realizira na proizvoljan način,

[33] Rončević, A. (2006.): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb, str. 760.
[34] Ibid.

- ponuda i potražnja proizvoda i usluga koju banka nudi siromašna je,
- umjesto naglaska na kvalitetu i profesionalnost, naglasak stavlja na propagandu i zasljepljivanje klijenata,
- naglasak u razvoju je na broju organizacijskih dijelova. [35]

Tradicionalne su banke postale sve manje značajne nakon što je uslijedio porast efikasnosti financijskih tržišta, ali i nakon što su klijenti prepoznali druge načine dobivanja sredstava, ne samo putem otvaranja raznih kredita od banaka. Bilo je očigledno da se banke suočavaju sa sve manjom potražnjom usluga, i s ogromnim teretom državne regulative. U slučaju slabljenja sposobnosti centralne banke da vrši kontrolu rasta novčane mase, smanjenja mogućnosti pristupa klijenata bankarskim uslugama ako dođe do konsolidacije i zatvaranja bankarskih poslovnica te nanošenje štete klijentima koji se oslanjaju na banke po pitanju zajmova i drugih financijskih usluga dolazi do smanjenja značajnosti tradicionalnih banaka.[36]

3.1.2. Utjecajni čimbenici razvoja tradicionalnog bankarstva

Bankarstvo je na kraju dvadesetoga i na početku dvadeset prvoga stoljeća u gotovo svim zemljama širom svijeta prolazilo i prolazi kroz značajne promjene. Kao i svaki drugi gospodarski sektor, tako se i bankarski sektor oblikuje pod utjecajem različitih vanjskih i unutarnjih čimbenika koji utječu na organizacijsku strukturu banaka . Za potrebe ovoga rada, vanjski su čimbenici razvrstani u sljedeće skupine: politički, gospodarski, društveni i tehnološki.[37]

U širem poslovnom okruženju nabrojeni čimbenici značajno utječu na bankarski sektor. Vanjski su čimbenici, po definiciji, izvan kontrole, kako pojedinoga poduzeća, tako i pojedinoga sektora. Zato uspjeh ili neuspjeh svakoga poduzeća ponajprije ovisi o sposobnosti menadžmenta da procijeni sadašnje i buduće događaje i da pravilno reagira.

[35] Hadžić, M. (2013.): Bankarstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd, str. 50.
[36] Prema Rončević, A. (2006.) : Nove usluge bankarskog sektora : razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb, str. 758

[37]Ibid, str. 756.

Vanjski čimbenici

Inovacije i tehnološki razvitak unutar bankarskoga sektora u proteklih petnaest godina zasnivaju se na postignućima ostvarenima u razvitku informatičkih i komunikacijskih tehnologija. Širom svijeta razvijale su se i usvajale nove tehnologije koje su pridonosile globalizaciji novčanih tokova i razvitku financijskih organizacija. Primjena novih tehnologija omogućila je razvijanje novih proizvoda i usluga i promjenu u strukturi i veličini potražnje na tržištu bankarskih proizvoda i usluga. Istovremeno je tako pojačavan pritisak na svaku banku da poveća vlastitu proizvodnost i efikasnost radi povećanja profitabilnosti i opstanka na tržištu. Demografske i društvene promjene snažno su utjecale na gospodarski život. One će, ako se nastavi ovaj trend značajno utjecati i u narednim desetljećima, i to tako da će se povećati broj umirovljenika, a smanjivat će se broj novih mladih radnika, pa će sve veći broj ljudi ovisiti o socijalnoj pomoći, i tako će biti povećan pritisak na državni proračun. Naznačene će promjene sve više utjecati i na strukturu i na način isporuke proizvoda i usluga koji će im biti nuđeni. Tako će se te promjene odraziti i na bankarski sektor. Pored toga je moguće očekivati da će sve veći broj ljudi raditi kraće radno vrijeme, povremeno ili posao obavljati kod kuće, što će još jače utjecati na promjenu strukture ponude bankarskoga sektora. Budući da je tradicionalno mišljenje da tehnologija veoma snažno utječe na proizvodnost i profitabilnost, može se očekivati da će ona i u narednim desetljećima biti glavni pokretač promjena u bankarskome sektoru.[38]

Unutarnji čimbenici

U zemljama razvijenog tržišnog gospodarstva nekad je vrijedio slogan "kupac je kralj", a danas se sve glasnije izgovara "ne kralj, nego diktator". To osobito vrijedi za bankarski sektor. S jedne strane, zakoni sve više štite potrošače, a s druge strane, zbog jačanje konkurencije nudi se kvalitetniji i širi asortiman proizvoda i usluga. Nove tehnologije (Internet) unose promjene na radnim mjestima, u uvjetima stanovanja, a isto tako i u poslovanju banaka. One utječu na promjene navika potrošača i na njihove sofisticiranije zahtijeve. Danas potrošači veoma brzo i uz niske troškove mogu doći do bitnih podataka i lako usporediti tko im nudi najbolje uvjete (proizvode i usluge). Tako i korisnici suvremenih

[38] Ibid., str. 756 – 757.

tehnologija mogu vrlo brzo odlučiti hoće li svoj račun zadržati u određenoj banci. Uvođenje novih tehnologija utječe i na kadrovska rješenja banaka. Tako danas banke sve više traže ljude s novim znanjima i iskustvima. Sve više zapošljavaju mlade ljude, a s druge strane, prisiljene su otpuštati ljude srednje i starije radne dobi, jer ih na to prisiljava konkurencija, odnosno nova tehnologija, uvođenjem koje se smanjuje broj potrebnih radnika, a osobito onih bez novih znanja i vještina. Pored nabrojenih, valja naglasiti da sve veći broj novih financijskih posrednika ulazi u poslove koji su nekada tradicionalno bili bankarski, pa na taj način jačaju konkurenciju unutar bankarskoga sektora. Novi, koristeći se novim tehnologijama, postižu to da njihovi troškovi budu niži i da im izgledi za opstanak budu veći.[39]

3.1.3. Trendovi koji su utjecali na tradicionalno bankarstvo

Banke u današnje vrijeme prolaze kroz opsežne promjene u poslovanju. Menadžeri banaka moraju biti svjesni promjena na tržištu te isto tako donositi važe odluke aktivno i bez ustručavanja ukoliko žele ostati na bankovnom tržištu. Mnogi ekonomski analitičari današnje vrijeme u bankarstvu nazivaju *bankarska revolucija* upravo zbog razvoja tržišta i predviđaju da će banke u budućnosti biti potpuno drugačije od današnjih, odnosno da će se promijeniti prioriteti bankarskog poslovanja, a i sam način bankarskog poslovanja.[40]

Trendovi koji su utjecali na tradicionalno bankarsko poslovanje su:[41]

- Multipliciranje usluga – banke ubrzano povećavaju ponudu svojih financijskih usluga ponajviše zbog ponude ostalih financijskih institucija koje imaju bolju politiku prema klijentima. Nove usluge su imale i pozitivan utjecaj na bankarstvo zbog novih izvora financiranja (razne naknade za pružene usluge). Međutim, u budućnosti slijedi još veći razvoj usluga.
- Rastuća konkurencija – veličina i broj konkurencije se povećavao kako su se i pojavljivale nove vrste usluga jer su izravniji konkurenti bankama postale financijske institucije kao što su kreditne zadruge, osiguravajuća društva, tvrtke koje se bave vrijednosnim papirima i sl.
- Deregulacija – rastuća konkurencija i multipliciranje usluga dovele su do deregulacije, odnosno popuštanja vladine kontrole. Taj trend je krenuo iz SAD – a prije dvadesetak

[39] Ibid., str. 575 – 758.
[40] Prema Rose, P.S. (2003) : Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb, str.46.47
[41] Rose, P. S. (2003.): Menadžment komercijalnih banaka, Mate, zagreb, str. 49.

godina i zahvatio cijeli svijet. Australija, Kanada, Velika Britanija i Japan tek su se nedavno odlučile za povećanje deregulacije bankarskog sustava.

- Rastući troškovi financiranja – deregulacija i rastuća konkurencija znatno su povećali prosječni trošak prodaje depozita koji su glavni izvor financiranja većine banaka. S druge strane vladine regulatorne agencije zahtijevale su da banke koriste više svojih vlastitih sredstava, također skupe izvore sredstava. Banke su morale pronaći način za smanjenje operativnih troškova (smanjenje broja zaposlenih, zamjena informacijskih sustava i sl.). Primorane su koristiti nove izvore sredstava kao što su sekuritizacija ili prodaja depozita.
- Rastući miks kamatnoosjetljivih sredstava – deregulacije su omogućile komitentima da sa tradicionalnih štednih računa prebacuju svoje depozite na račune s većim prinosima. Važan faktor je bila informiranost javnosti, odnosno vlasnika depozita, koji su mogli deponirati sredstva u banku koja daje najveći prinos po novčanoj jedinici. Banke su suočene s obrazovanijim i kamatnoosjetljivim komitetima koji znaju kako dobiti veći prinos i ako ih žele zadržati, odnosno ne prepustiti konkurenciji, moraju ponuditi veće pasivne kamate, a s obzirom da su komitenti izgubili želju za klasičnim štednim računima povećao se udio kamatnoosjetljivih sredstava banaka.
- Tehnološka revolucija – kako bi banke smanjile operativne troškove primanja i izdavanja depozita, uvele su bankomate i POS (eng. point of sale) terminale te time i komitentima smanjile oportunitetne troškove odlaska u banku. Danas se sve više okreću internetu i internet bankarstvu, gdje su proizvodnja i pružanje usluga djelomično automatizirani. Međutim, istraživanja pokazuju da će za potpunu automatizaciju biti potrebno još mnogo vremena, ponajviše jer većina komitenata još uvijek preferira osobno bankarstvo.
- Globalizacija bankarstva – geografska ekspanzija i konsolidacija banaka već je prešla granice pojedinih zemalja i velikom brzinom se širi na globalnu razinu. Danas se najveće banke svijeta natječu međusobno na globalnoj razini na svim kontinentima, a u velikoj mjeri na to su utjecale PTA (eng. preferencial trade association) te razni međudržavni sporazumi o slobodnoj trgovini.
- Povećani rizik poslovnih neuspjeha i slabljenje državnog sustava za osiguranje depozita – deregulacijom i globalizacijom, odnosno konsolidacijom, bankama je omogućeno da postanu imune na gospodarska događanja unutar jedne zemlje što može za posljedicu sumnjivo kretanje kapitala, a zbog manje regulacije banaka moguće je

špekulirati kapitalom te na taj način stvoriti nestabilna tržišta, a danas smo svjedoci nestabilnosti banaka na globalnoj razini.

Trendovi koji utječu na bankarsko poslovanje su međusobno povezane varijable i jedan trend ne isključuje drugi niti se može dogoditi da banka prati samo jedan dok druge ne prati. Svi trendovi imaju za posljedicu smanjenje operativnih troškova banke, što im je zapravo glavni cilj. S druge strane ti trendovi su počeci razvoja elektroničkog bankarstva kao cjeline, te njegovih dijelova kao npr. internet bankarstvo.

3.1.4. Ograničenja tradicionalnog bankarstva

Postoje neka ograničenja u tradicionalnom bankarstvu koja s postepenim uvođenjem suvremenog bankarstva nisu postojala. Tradicionalno bankarstvo ima ograničenu dostupnost u kojoj ljudi mogu obavljati bankarske poslove samo odlaskom u poslovnice. To korisnicima pruža mnogo neugodnosti u poslovanju. Također, pruža manje učinkovite usluge klijentima jer trebaju potrošiti više vremena za obavljanje transakcija, popunjavanja obrazaca, čekova i ostalih dokumenata.

U uvjetima transformacije kroz koje prolazi tradicionalno bankarstvo, upravljanje poslovanjem takve organizacije potrebno je temeljiti na informacijama. Pomoću pomno analiziranih informacija, banke mogu bolje segmentirati tržište, prilagoditi svoje proizvode i usluge ciljanim korisnicima. Očigledno je da je elektronička isporuka bankarskih usluga ispunila očekivanja klijenata i izgradila odnose s klijentima što je postalo idealno za banke kojima je to bio cilj. Stoga će doći do izgradnje infrastrukture koja se temelji na e-bankarstvu, e-trgovini i e-učenju, odnosno e-bankarstvo nadvladat će tradicionalno bankarstvo u bližoj budućnosti.[42]

3.2. Općenito o suvremenom bankarstvu

Suvremeno bankarstvo predstavlja primjenu koncepta elektroničkog poslovanja pri obavljanju svih bankarskih poslova, a ostvaruje se na dvije tehnološke razine, kao samoposlužno i kao internetsko bankarstvo.[43] Samoposlužno bankarstvo odnosi se na one usluge banaka koje dopuštaju korisniku da ih koristi ne ulazeći u prostorije banke, pod to spada primjerice

[42] Prema : Panian, Ž. (2013.): Elektroničko poslovanje druge generacije, Ekonomski fakultetu Zagrebu, Zagreb, str. 15.
[43] Prema: Ibid.str. 17.

korištenje bankomata, plaćanje karticama. S druge strane internetsko bankarstvo podrazumijeva da se korištenje uslugama banaka odvija putem Interneta, na što se odnose sve usluge koje se mogu koristiti internetskim i mobilnim bankarstvom, primjerice plaćanje računa putem Interneta, provjera stanja na računu, ugovaranje štednje.

3.2.1. Razvoj suvremenog bankarstva

"Suvremeno bankarstvo omogućuje obavljanje poslova između banaka, između banaka i njihovih komitenata te između komitenata banaka, bez da je korisnik primoran posjetiti poslovnicu banke, te je izostavljena i papirna dokumentacija. Tim načinom poslovanja omogućeno je korištenje uslugama banaka putem bankarskog web mjesta što donosi brojne prednosti kao što su ušteda vremena i novca. Suvremeno bankarstvo danas karakterizira primjena Interneta i web servisa za obavljanje financijskih transakcija. Web mjestu banke korisnici pristupaju koristeći standardne internetske alate."[44]

"Ovisno o tome u kojoj mjeri banke koriste informacijske i komunikacijske tehnologije u poslovanju imamo podjelu na hibridne i virtualne banke. Hibridne – to su banke koje posluju na klasičan način, a uz to u svom poslovanju koriste Internet kao dodatni kanal za pružanje usluga klijentima. Poslovnice banaka postoje, te se u poslovnicama pružaju bankarske usluge, ali je klijentima dana mogućnost da gotovo sve usluge banaka ukoliko žele mogu obavljati putem Interneta ili samoposlužnih uređaja. Takve banke prevladavaju danas. Virtualne – to su banke koje pružaju bankarske usluge isključivo elektroničkim putem. One ne postoje u fizičkom obliku, nemaju nekretnine i imaju mali broj zaposlenih. Takve banke su u manjini, s obzirom da ljudi teže stječu povjerenje u takav način poslovanja."[45]

Postoji određeni put razvoja od klasičnog načina poslovanja banaka do ovog kojeg danas poznajemo i koji koristi moderne tehnologije u svom poslovanju. U nastavku će faze razvoja od uviđanja potrebe za uvođenjem novih tehnologija u poslovanje do izmjene načina poslovanja biti detaljnije objašnjene:[46]

1.faza – inicijativa,

2. faza – interaktivnost,

3. faza – personalizacija,

[44] Garača, Ž. (2008.): Poslovni informacijski sustavi, Ekonomski fakultet, Split, str. 155.
[45] Ibid.
[46] Panian, Ž. (2013): Elektroničko poslovanje druge generacije, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb, str. 60 - 61.

4. faza – virtualizacija,
5. faza – pokretljivost.

Prvu fazu karakterizira spoznaja da primjena informacijske tehnologije može doprinijeti kvalitetnijem poslovanju banke. One imaju utjecaj na produktivnost radnika, primjerice smanjuje se količina papirologije koja dovodi do zamora radnika te se on može fokusirati na kreativnije rješavanje problema čime raste njegovo zadovoljstvo pa samim time postaje produktivniji od čega i banka ima koristi. Banka postaje konkurentnija, moguće je ponuditi kvalitetniju uslugu, smanjuju se troškovi banaka, klijenti su zadovoljniji uslugom.[47]

U fazi interaktivnosti mijenja se filozofija poslovanja banaka, dok je prije klijent bio primoran posjetiti poslovnicu banke kako bi obavio određenu transakciju, sada je banci cilj ponuditi klijentu svoje usluge na način da ih on obavlja iz udobnosti vlastitog doma uz uvjet da posjeduje računalo, čime se povećava zadovoljstvo korisnika, a ujedno i banaka smanjenje troškove.

U trećoj fazi kada je već bitan broj klijenata prihvatio novi način pružanja usluga od strane banke dolazi potreba za razvojem načina pružanja usluga kroz Internet bankarstvo kako bi usluga što bolje odgovarala specifičnim potrebama njegovih korisnika te kako bi se smanjio otpor korisnika prema takvom obliku pružanja usluge. Tako primjerice imamo Internet bankarstvo za fizičke i pravne osobe.[48]

U četvrtoj fazi se javlja ideja o stvaranju virtualnih banaka, što znači da banke prestaju postojati u fizičkom obliku, te se pojavljuju isključivo na webu. Jedina mogućnost interakcije s bankama je putem Interneta.

Zadnja faza je vezana uz ekspanziju pokretnih (mobilnih) tehnologija i uređaja. Klijentima je omogućeno koristiti usluge banaka i na vlastitim mobilnim uređajima, tako da su im bankarske usluge dostupne u svakom trenutku, gdje god se nalazili.[49]

[47] Prema: Panian, Ž. (2013) : Elektroničko poslovanje druge generacije, Ekonomski fakultet u Zagrebu, Zagreb str.65
[48] Prema Ibid str.66.
[49] Prema Ibid str.67-68.

Suvremeno bankarstvo u 2019 godini obilježilo je nekoliko inovativnih trendova. Neki od njih su :

Posluživanje jednog segmenta

Mnoge banke su usmjerene na ciljanje demografskih skupina temeljenih na demografskim kategorijama kao što su mladi, Millenniansi ili stariji ljudi, ali neke banke sada ciljaju klijente na temelju životnog stila, vrijednosti, razmišljanja i nedovoljnih potreba.Bankarske organizacije razvijaju individualiziranu komunikaciju
Banke i kreditne unije također bi trebale usmjeriti svoje napore na segment malih i srednjih poduzeća (SME) i na potrebe pojedinačnih poduzeća.[50]

Širenje otvorenog bankarstva

Sve više i više regulatornih tijela širom svijeta zahtijeva od bankarskih organizacija da omoguće klijentima da sigurno dijele svoje podatke s trećim stranama kako bi poboljšali nove financijske usluge i povećali konkurenciju u bankarskoj industriji. Omogućujući podatke o računima i uplatama putem sigurnih sučelja za programiranje aplikacija (API), potrošači imaju veću slobodu i kontrolu u načinu interakcije sa svojim pružateljima financijskih usluga. Otvoreni bankarski API-ji ubrzavaju inovacije i suradnju, što dovodi do proširenih bankarskih ekosustava koji bi mogli uključivati više od financijskih usluga kako bi poboljšali životni stil potrošača. [51]

Prediktivno bankarstvo

Jedan od najuzbudljivijih trendova inovacija u 2019. godini bit će nastavak kretanja prema prediktivnom bankarstvu. Po prvi put, bankarska industrija može objediniti sve unutarnje i vanjske podatke, gradeći prediktivne profile klijenata i članova u stvarnom vremenu. Sa podacima o potrošačima koji su bogati, dostupni i financijski održivi za uporabu, financijske institucije svih veličina ne mogu samo upoznati svoje kupce, već i pružiti savjete za budućnost.
Ova poboljšana upotreba podataka poboljšat će iskustvo potrošača, istovremeno povećavajući sigurnost i učinkovitost[52]

[50] Prema : https://thefinancialbrand.com/77869/innovation-trends-banking-ai-api-personalization-payments/ , pristupljeno : 23.09.2019.
[51] Ibid
[52] Ibid

3.2.2. Kanali distribucije suvremenog bankarstva

U ovom poglavlju bit će opisane najvažnije i najkorištenije usluge elektroničkog bankarstva. U to se ubrajaju: bankomati, kartično poslovanje, Electronic Fund Transfer at Point Of Sale EFT/POS, Internet bankarstvo i mobilno bankarstvo.

Bankomati

"Bankomat jest elektromehanički uređaj koji omogućuje korisnicima platnih instrumenata podizanje i/ili polaganje gotovog novca, prijenos sredstava, korištenje usluge davanja informacija o stanju na transakcijskom računu i drugih usluga."[53]

"Prvi bankomat postavljen je 27. lipnja 1967. godine u banci u sjevernom Londonu, a izumiteljem se smatra John Shepherd-Barron**.**No, prvi kojem je palo na pamet uzimati novac sa svog računa pomoću stroja bio je Luther George Simjian, američki izumitelj armenskih korijena, 1939. godine. Njegovom idejom oduševila se banka *Citicorp* i ponudila tu uslugu svojim klijentima.[54] Prvi bankomat u Hrvatskoj 1984., podsjetimo, ugradila je tadašnja Riječka (a današnja Erste banka) u središtu Rijeke."[55]

"Elektronički uređaj omogućava klijentu banke korištenje određenih usluga banke poput podizanja gotovine, provjeravanja stanja na računu, uplate gotovine. Osim toga je pogodan i za prodaju nekih elektroničkih usluga, npr. GSM bonova. Aktiviraju se magnetskom ili čip karticom, te unosom osobnog identifikacijskog broja".[56]

Klijentima se nudi mogućnost korištenja određenih usluga banaka i u vrijeme kada poslovnice banke ne rade. Mogu biti postavljeni na različitim mjestima te nisu vezani uz lokaciju poslovnice banke. Iako je bankomat pogodan za pružanje različitih usluga, bitno je ne preopteretiti ga, tj. da on sačuva svoju osnovnu uslugu koja je isplata gotovine, jer će

[53] Infrastruktura, dostupno na: https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge/infrastruktura, pristupljeno: 15.06.2019.
[54]50. obljetnica bankomata, dostupno na: https://www.24sata.hr/fun/50-obljetnica-bankomata-zanimljivosti-koje-niste-znali-529581, pristupljeno: 15.05.2019.
[55] U pet godina udvostručena mreža bankomata, dostupno na: https://lider.media/arhiva/63823/, pristupljeno: 15.05.2019.
[56] Tomašević Lišanin, M. (1997.): Bankarski marketing, Informator, Zagreb, str 102.

prevelikim opterećenjem zbunjivati korisnike, stvarat će se redovi, te će oni koji trebaju njegovu osnovnu funkciju čekati poput klijenata za šalterom da dođu na red.

Vrsta uređaja	Obilježje uređaja	na dan 30.06.2019.
	Beskontaktni	
	Kontaktni	5.498
	Beskont. - kontaktni	498
BANKOMAT	Drive-in	9
	S videonadzorom	1.617
	U osigur. prostoru	596
	UKUPNO	5.996

Tablica 1. Broj bankomata u Republici Hrvatskoj

Izvor: https://www.hnb.hr/documents/20182/b6b74739-e1f9-61b8-78a9-c9fbe817ca67

"Zagrebačka banka drži najveći tržišni udio u Hrvatskoj po veličini bankomatske mreže koja broji preko 858 bankomata. Iako je najveći broj bankomata u gradu Zagrebu i Zagrebačkoj županiji, dobra je rasprostranjenost bankomata i u ostalim regijama Hrvatske, odgovaraju. Tako se oko 30 posto ukupnog broja bankomata nalazi u županijama na obali, Istra, Kvarner, Dalmacija, s ciljem zadovoljavanja potreba turista te velikog broja domaćih korisnika koji tijekom godine odmaraju uz obalu."[57]

"Danas u svijetu ima oko 3 milijuna bankomata, a predviđa se da će ih do 2020. biti milijun više. Najviše bankomata na milijun stanovnika na području zapadne Europe ima Portugal - 1540. Velika Britanija ih ima 1074, a europski prosjek je 960. Najmanji broj bankomata na milijun stanovnika u Europi ima Švedska, tek 333. Zanimljivo, dva bankomata se nalaze na Antarktici, i to u istraživačkom centru McMurdo. U Vatikanu možete dobiti instrukcije na latinskom, dok u indijskim hramovima možete ubaciti svoje donacije u bankomate."[58]

"Kako bi to bilo kad se Ujedinjeni Arapski Emirati ne bi isticali, pa tako u Dubaiju i Abu Dhabiju bankomati raspolažu sa zlatnim polugama i kovanicama. Prvi *drive-in* bankomat, odnosno bankomat s kojeg možete podići novac iz vozila, postavljen je u Velikoj Britaniji, u

[57] Rasprostranjenost važna kod odabira banke, dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/rasprostranjenost-vazna-kod-odabira-218466, pristupljeno: 15.06.2019.

[58] 50. obljetnica bankomata, pristupljeno: https://www.24sata.hr/fun/50-obljetnica-bankomata-zanimljivosti-koje-niste-znali-529581, autor: Goran Jakus, 27.06.2017. pristupljeno: 15.06.2019.

blizini londonske zračne luke Heathrow. Španjolci, pak, na bankomatima nude opciju kupovanja sportskih karata i plaćanja kazni za parkiranje".[59]

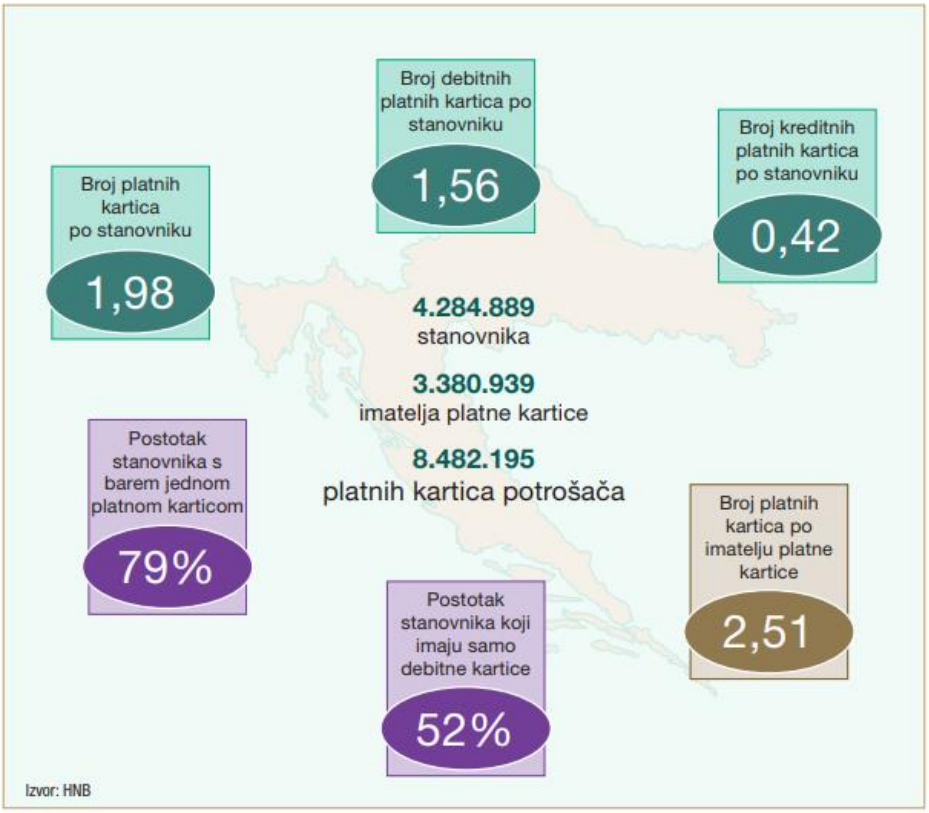
Kartično poslovanje

"Plastični novac ili kreditne i debitne kartice nastao je u SAD – u polovicom prošlog stoljeća i za samo nekoliko desetljeća se proširio na cijeli svijet."[60]

"Kartica ili bankovna kartica je plastična kartica sa magnetnom trakom koja sadrži strojno čitljiv identifikacijski broj i koja je izdana od strane banke ili kartičarske kuće. Bankovne kartice koriste za elektronsko poslovanje na POS terminalima- ili Internet) te za bankarske transakcije putem bankomata."[61] Debitna kartica se koristi za bezgotovinska plaćanja koja se pokrivaju onom količinom novca koja se nalazi na računu. Kreditna kartica se koristi za bezgotovinska kreditna plaćanja, znači omogućavaju korisniku da plati kasnije.

Banka ugovara s korisnikom maksimalni iznos koji može potrošiti kreditnom karticom. Svrha uvođenja je bila povećanje djelotvornosti banke u pružanju kreditnih i depozitnih usluga, povećavajući broj mjesta na kojima je moguće dobiti te usluge.[62] Osim prednosti koje za korisnika donosi korištenje kartica kao što je odgoda plaćanja, te jednostavnost kupovine, neke od neugodnosti korištenja karticama su kvarovi na uređajima koji omogućavaju plaćanje karticama.[63]

[59] Ibid.
[60] Rončević, A (2006.): Nove usluge bankarskog sektora:razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, 11, Zagreb, str. 756.
[61] Kartice, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/K/Kartice, pristupljeno: 16.06.2019.
[62] Bašić, R. (2006.): Primjena tehnoloških inovacija i elektroničkog plaćanja u hrvatskom bankarstvu, Ekonomski fakultet, Rijeka, str. 125.
[63]Prema: Severović, K. (2013.): Upravljanje odnosima s klijentima kao izvor informacija za oblikovanje i poboljšanje usluga, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin, str. 250.



Slika 1. Zastupljenost platnih kartica potrošača u RH na dan 31. prosinca 2017.

Izvor: https://www.hnb.hr/documents/20182/2504205/h-pkkt_2017.pdf/1fb88d57-d0d8-41c8-b3b7-2bf9df5a29b9

"Na dan 31. prosinca 2017. ukupan broj imatelja platnih kartica potrošača koji imaju debitnu karticu iznosio je 3.365.680, odnosno 79% stanovništva RH ima barem jednu debitnu karticu. Nadalje, broj imatelja koji imaju samo debitnu karticu na dan 31. prosinca 2017. iznosio je 2.233.941, odnosno 52% stanovništva RH ima samo debitnu karticu, tj. ne posjeduje kreditnu karticu. Ukupan broj imatelja platnih kartica potrošača koji imaju kreditnu platnu karticu jest 1.146.998 ili 27% stanovništva RH."[64]

Najčešće korišten platni instrument u Republici Hrvatskoj jest platna kartica i upravo je na tržištu platnih kartica i kartičnih plaćanja zabilježen stalan rast i razvoj. Tako je u jedanaest godina broj nacionalnih kartičnih platnih transakcija porastao za 100%, i to s 203,68 milijuna

[64]Platne kartice i kartične transakcije, dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2504205/h-pkkt_2017.pdf/1fb88d57-d0d8-41c8-b3b7-2bf9df5a29b9, pristupljeno: 18.06.2019.

koliko ih je izvršeno u 2006. godini na 407,39 milijuna koliko ih je izvršeno u 2017. godini. "Nadalje, u istom razdoblju vrijednost nacionalnih kartičnih platnih transakcija porasla je za 64%, i to s 85.331,34 milijuna kuna na 140.198,53 milijuna kuna. S obzirom na rast kartičnih plaćanja i sve brojnije alternativne metode plaćanja, budućnost gotovog novca postala je aktualna tema. Prema statističkim podacima 86,1% broja fiskaliziranih računa u RH odnosi se na plaćanje gotovinom, dok se na plaćanja karticama odnosi 12,5%. Kada se gleda vrijednost fiskaliziranih računa, 56,1% vrijednosti odnosi se na plaćanje gotovim novcem, a 37,2% vrijednosti na plaćanja karticama."[65]

EFT/POS

"EFTPOS uređaj (engl. Electronic funds transfer at point of sale) elektronički je uređaj koji omogućuje imateljima platnih kartica iniciranje kartičnih platnih transakcija na prodajnom mjestu."[66]

"EFTPOS uređaji mogu se podijeliti na kontaktne i beskontaktno-kontaktne. Kontaktni EFTPOS uređaji podržavaju prihvat platnih kartica koje sadržavaju zapise temeljene samo na čipu i/ili magnetnoj traci. Beskontaktno-kontaktni EFTPOS uređaji podržavaju prihvat platnih kartica koje, osim zapisa temeljenog na magnetnoj traci i/ili čipu, sadržavaju i zapise temeljene na beskontaktnoj tehnologiji (blizinsko čitanje kartice, NFC i slično)."[67]

"EFTPOS uređaj za isplatu i uplatu jest uređaj koji imateljima platnih kartica omogućuje iniciranje samo platnih transakcija podizanja i/ili polaganja gotovog novca platnom karticom. Taj je uređaj najčešće smješten u prostorijama treće osobe koja na osnovi ugovora radi u ime i za račun pružatelja platnih usluga (npr. Financijska agencija, Hrvatska pošta i sl.). Na dan 31. prosinca 2017. ukupno je evidentirano 905 EFTPOS uređaja za isplatu i uplatu, dok ih je na dan 31. prosinca 2016. ukupno evidentirano 936. Smanjenje broja EFTPOS uređaja za isplatu i uplatu tehnološko je unapređivanje dijela uređaja na kojima je osim uplata i isplata omogućena kupnja robe i usluga te su ti uređaji svrstani u EFTPOS uređaje."[68]

[65]Ibid.
[66] Ibid.
[67]Prema: Ibid.
[68] Ibidem.

Internet bankarstvo

"Banka je financijska institucija koja se bavi novcem, te stoga treba efikasnu tehnologiju obrade podataka. Praćenje novca banke obavlja se preko raznih vrsta računa (tekući računi, žiro računi, računi oročitelja, kreditni računi...) čiji se podaci nalaze pohranjeni u bazi podataka informacijskog sustava. Osim toga cilj banaka je prikupiti što više podataka o klijentu kako bi mu mogli ponuditi uslugu namijenjenu njegovim potrebama. Na temelju prikupljenih podataka banka je u mogućnosti ponuditi klijentima određene pogodnosti (npr. studenti imaju niže cijene korištenja usluga banaka, ili mu ponuditi štednju koja će odgovarati njegovim mogućnostima i željama) čime doprinosi zadovoljstvu klijenata. Poslovanje banke odvija se kroz brojne financijske transakcije, koje su ujedno i transakcije informacijskog sustava. To pokazuje važnost sustava za obradu transakcija čija je uloga da evidentira svaku transakciju i aktualizira stanja na računima, za što je potreban dobar te računalom podržan informacijski sustav. Klijent banke može svoje transakcije obavljati internetskim bankarstvom, time znatno pojeftinjujući cijenu transakcije. Klasična transakcija obavljena na šalteru poslovnice je najskuplja, internetska transakcija obavljena tzv. internetskim bankarstvom je jeftinija od šalterske. Razlog tome je što internetsku transakciju obavlja sam klijent na svom računalu pa banka ne troši niti svoje ljude niti svoju tehniku. Banka stimulira transakcije obavljene putem Interneta smanjenjem naknada za tako obavljene transakcije kako bi se što više ljudi odlučilo na obavljanje transakcija tim putem jer one donose banci veći prihod obzirom na gore navedeni razlog".[69]

"Internet bankarstvo je bankovni informatički servis namijenjen svim pravnim ili fizičkim osobama koje imaju otvoren račun bilo koje vrste u banci (osim stare tradicionalne štedne knjižice) kako bi mogle u bilo koje vrijeme imati uvid i kontrolu nad svojim financijama, te također služi za bezgotovinsko plaćanje bez bankovnog posrednika, odnosno front office-a banke. Takva osoba (fizička ili pravna) naziva se korisnikom. Korisnik prethodno korištenju internet bankarstva mora zatražiti zahtjev za korištenje internet bankarstva te mora pristati na opće uvjete korištenja usluge internet bankarstva. Korisniku nije potreban specijalan software i podaci sa servisa se ne spremaju na korisnikov hard disc. Pristup banci i računu je moguć s bilo kojeg mjesta u svijetu 365 dana u godini, 24 sata dnevno. Banka brine o održavanju

[69] Panian, Ž. i sur. (2010.): Poslovni informacijski sustavi, Element, Zagreb, str. 133 – 135.

servisa, odnosno cijele mreže. Takvu vrstu usluge banke najčešće naplaćuju kroz naknadu za vođenje računa."[70]

Kada je riječ o korisnicima Internet bankarstva u Republici Hrvatskoj u 2017. godini, struktura je sljedeća:

- 1.241.414 korisnika internetskog bankarstva
- 183.262 korisnika internetskog bankarstva – poslovni subjekti.[71]

Internet nudi bankama velike mogućnosti zarade iako se još uvijek globalna mreža uglavnom koristi u promotivne svrhe. Internet bankarstvo je najjeftiniji oblik bankarskih usluga, dostupan 24 sata dnevno, praktično bez prostorne ograničenosti. Glavni ograničavajući faktori, koji uvjetuju pristanak klijenta na ovu vrstu tehnologije, su sigurnost i privatnost. Sa tehničke točke gledišta, ovaj problem su neke banke već riješile, ali ostaje činjenica da je ponašanje klijenata vođeno prije potrošačkom percepcijom nego tehničkim činjenicama. Neprihvaćanje da se bankarske transakcije obavljaju preko interneta postoji prije svega iz straha da ključne financijske informacije budu otkrivene. Jasno su vidljive razlike između internet bankarstva i on-line bankarstva. Osnovna razlika je u ugradnji specijalnih softverskih programa, koji ograničavaju korisnika na obavljanje usluga isključivo s računalom u koji je ugrađen odgovarajući software. Razlike su i u stupnju sigurnosti pri obavljanju transakcija, zatim u novcu potrebnom za kupovinu i ugradnju programa i vremenu potrebnom za obuku korisnika. Spomenuti razlozi jasno ukazuju da je internet bankarstvo praktičniji, ekonomičniji i sigurniji način obavljanja bankarskog poslovanja direktno iz kuće[72].

Mobilno bankarstvo

Mobilno bankarstvo je način obavljanja bankarskih aktivnosti pomoću mobitela. Tu nije potreban token za potvrdu transakcija, nego je softverski token ugrađen u samu aplikaciju. Gotovo sve ono što omogućava Internet bankarstvo, omogućava i mobilno, s tim da mobilno bankarstvo ima dodatnu prednost što je pristup mobitelom puno jednostavniji i brži. Prema mnogim istraživanjima bankarstvo putem mobitela je jedno od najbržih rastućih tržišta na svijetu.

[70] Poslovanje budućnosti, dostupno na: http://manager-magazine.com/content/view/21/1, pristupljeno: 16.06.2019.
[71] Statistika platnog prometa u Republici Hrvatskoj, dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2569921/hp26092018-brosura-platni-promet-press-release-2018.pdf/18a2d0e8-3499-4fb9-a266-27de3f21e6a1, pristupljeno: 16.06.2019.
[72] Prema : Panian, Ž. i sur. (2010.): Poslovni informacijski sustavi, Element, Zagreb, str.140.

Mobilno bankarstvo pruža mogućnost obavljanja financijskih transakcija u pokretu, s bilo kojeg mjesta pokrivenog mobilnim signalom i u bilo koje vrijeme. Za rad s aplikacijom mobilnog bankarstva potrebno je imati pristup internetu te dovoljno raspoložive memorije za pohranu aplikacije na mobilnom uređaju. Tijekom korištenja usluge šalje se minimalna količina podataka te se trošak internetskog prometa naplaćuje prema količini prenesenih podataka i ne ovisi o duljini trajanja konekcije. Aplikacije za mobilno bankarstvo bi trebale imati instaliran visoko sigurnosni softver koji će uz zaštitu osigurati i jednostavnost rada. Uz to, pristup aplikaciji ne bi trebao biti moguć bez unosa PIN-a koji je poznat samo korisniku, a novije generacije mobilnih uređaja imaju i opciju pristupa otiskom prsta (Touch ID). Isto tako, u slučaju 3 puta pogrešnog uzastopnog unosa PIN-a, kao i u slučaju pet minuta neaktivnosti, preporučljivo je da se aplikacija zaključa iz sigurnosnih razloga i da zahtjeva novu prijavu.

Neke od usluga mobilnog bankarstva koje koristi najveći broj korisnika su: korištenje mtokena, kupnja bonova za mobitel, kupnja na prodajnim mjestima uz upotrebu mobitela, lociranje poslovnica i bankomata u blizini, obraćanje Banci putem poruka (upiti, potrebe, …), plaćanje računa, plaćanje računa skeniranjem uplatnice kamerom mobitela, pregled stanja i prometa po računima te prijenos novca na vlastite račune.

3.2.3. Moderne financijske inovacije u suvremenom bankarstvu

Inovacije se u suvremenom bankarstvu dijele u četiri glavne kategorije:

- Inovacije vezane za prijenos, odnosno smanjenje rizika – ogledaju se u novim instrumentima ili tehnikama koje dopuštaju posrednicima da među sobom prenose rizik promjene cijene ili kreditni rizik u skladu sa svojom financijskom pozicijom,
- Inovacije koje proširuju, odnosno poboljšavaju likvidnost – općenito podižu "unovčivost" i transferabilnost postojećih financijskih instrumenata,
- Inovacije koje pokreću transakcije kreditima ili dugovima – vrsta inovacija proširuju stimulaciju posrednicima u ponudi kredita koje rezultiraju u općem povećanju obujma svih kredita ili u promjeni "kvalitete" kredita,
- Inovacije pokretane imovinom (eng. Equity generating innovations) – imaju za cilj poticanje interesa za dugoročna ulaganja.[73]

[73] Ibid.str.148.-149.

3.2.4. Prednosti i nedostaci suvremenog bankarstva

Prednosti suvremenog bankarstva su:

- "Smanjenje troškova - jedna od najvećih prednosti su smanjeni troškove, za razliku od tradicionalnih načina plaćanja računa, korištenjem elektroničkog bankarstva znatno se reduciraju troškovi kako za banku tako i za korisnike suvremenog bankarstva. Primarni razlog zašto se troškovi smanjuju je taj što prilikom takvih transakcija banka dobiva uštedu na tome što se smanjuje broj zaposlenih, te klijent za to koristi svoju opremu.

- Jednostavnost - vrlo je jednostavan za korištenje što ga čini dostupnim velikom broju korisnika, potrebna su najosnovnija informatička znanja za njegovo korištenje.

- Udobnost - najugodniji je način izvršavanja neugodnih radnji poput plaćanja računa, bilo koju transakciju je moguće izvršiti u doba koje osobi najviše odgovara iz udobnosti vlastitog doma.

- Faktor vremena - Tu je i ušteda vremena vrlo značajna jer nema dugačkih i zamornih čekanja u redovima. Tako da je vrijeme koje bi se nekad utrošilo na beskrajno čekanje moguće korisnije utrošiti. U ovom slučaju je banka otvorena 24 sata dnevno, nema ograničenja što se tiče radnog vremena.

- Bolji novčani menadžment – Suvremeno bankarstvo ubrzava „protok novca“ i povećava efikasnost poslovnih procesa iz razloga što postoji veliki izbor instrumenata upravljanja gotovinom koji su dostupni na internetskim stranicama banaka. Kao npr. moguće je upravljati gotovinom poduzeća (kroz investiranje „preko noći“, komercijalne zapise, obveznice i dionice te udjele u investicijskim fondovima, kratkoročne i dugoročne depozite, itd.)"[74]

Nedostaci suvremenog bankarstva su:

- Rizici koje donosi korištenje Interneta - postoje opasnosti od virusa, krađe podataka, zloupotrebe.

[74] Fažon, V. (2003.) Bankarstvo, Infotrend, zagreb, str. 49 -51.

- Otpor prema korištenju suvremenog bankarstva - zbog nepovjerenja prema modernim tehnologijama. Ovdje se uglavnom radi o ljudima starije dobi i onima koji nisu informatički pismeni.
- Nedostatak privatnosti,
- Nedostatak zakonske regulative,
- Problemi s kompleksnijim transakcijama.[75]

[75] Prema Ibid.

4. OBILJEŽJA GENERACIJE Z

Svaka generacija nosi svoja obilježja, karakteristike, svoju boju s kojom se pripadnici iste često poistovjete tek kada vrijeme učini svoje, kada jednu generaciju zamijeni druga. A kada se to dogodi, na svoje doba mladosti, odrastanja, ideala i idola često gledaju s nostalgijom i melankolijom a na pripadnike nove generacije sa skepsom i nerazumijevanjem. Obilježja određene mladosti, određene generacije kroji društveni kontekst u kojem se generacija nalazi; politički i ekonomski procesi i promjene, važna društvena zbivanja, stanje na tržištu rada, razvoj industrije i tehnologije – sve značajno utječe na oblikovanje generacije; na ponašanje i djelovanje njenih pripadnika, na kolektivne vrijednosti, norme i stavove[76].

Unatoč individualnosti i različitosti karaktera, ponašanja i razmišljanja svakog pojedinca, postoje ipak zajedničke karakteristike jedne generacije, mladih koji su ostavili svoj trag u vremenskom i prostornom kontinuumu. Društvene znanosti, s obzirom na različita društvena i povijesna razdoblja, razlikuju, unatrag osamdesetak godina, nekoliko generacija: veterani (*Tradicionalisti, Tiha generacija*; rođeni u razdoblju od 1922. do 1943. godine), baby boom generacija; rođeni između 1943. i 1960. godine, generacija X (*Izgubljena generacija, Nevidljiva generacija*; rođeni u razdoblju od 1960. do 1980. godine) generacija Y (*Milenijska generacija*; rođeni između 1980. i 2000. g.) i aktualna, sadašnja generacija mladih – generacija Z. [77]

4.1. Pripadnici generacije Z

"Generacija Z odnosi se na mlade osobe rođene od 1995. ili 1997. godine, ovisno o autoru, i naziva se često generacijom 2020 jer će otprilike tada većina mladih ove generacije kročiti u svijet rada. Popularna imena za ovu generaciju još su i*Fejs generacija* te *iPhone generacija* – mladi za koje se kaže da su se prije naučili koristiti mišem nego žlicom. Mladi generacije Z mogu se pohvaliti mnogim sposobnostima i prednostima života u suvremenom tehnološkom dobu. Krasi ih sposobnost multitaskinga, odnosno obavljanja više zadataka u isto vrijeme i s vrlo efektnim rezultatima. Informacije primaju i obrađuju izuzetno brzo, no istovremeno zahtijevaju olakšan pristup informacijama. Život mladih generacije Z odvija se u

[76] Prema Nova generacija mladih-generacija Z, dostupno na : https://europa.eu/youth/hr/article/39/31499_es ,pristupljeno 22.06.2019.
[77]. Ibid.

svijetu hiperprodukcije, umreženosti, virtualnosti. Odrasli uz modernu tehnologiju, teže ka materijalnom, ka brzoj zaradi, instant zadovoljstvima, konzumerističkom načinu života. Sposobnosti i mogućnosti koje posjeduje generacija Z daju naslutiti, prema predviđanjima ekonomista, da će ova generacija pokositi tržište rada u najboljem mogućem smislu te da se radi o budućim znanstvenicima, istraživačima, stručnjacima koji će uz pomoć tehnologije svijet oblikovati onako kako žele. Oni su mladi koji žive u umreženom svijetu koji im je omogućio da samo jednim klikom komuniciraju s cijelim svijetom. Nevjerojatan razvoj tehnologije otvorio im je prozor u cijeli svijet, u novo, u drugačije. Gotovo da ne postoji više nešto što oni ne mogu otkriti i saznati. Upoznavanje novih osoba, navika, običaja, nepoznatih im kultura, stavova i vrijednosti, drugačijih razmišljanja, putovanja i spoznaja – ovoj je generaciji informacija mnogo dostupnija, a svijet im je na dlanu. Sumirajući sposobnosti i prednosti ove generacije, pretpostaviti je da će biti tolerantniji, otvoreniji, solidarniji i spremniji prihvaćati različitosti kada ih se usporedi s generacijama njihovih roditelja ili baka i djedova. Dostupnost, mogućnost otkrivanja i dobivanja informacija, upoznavanja i umrežavanja dobra je podloga za razvijanje svijesti o drugima, za širenje vidika, za shvaćanje multikulturalnog društva, otvorenog društva".[78]

4.2. Obilježja generacije Z

Novija sociološka istraživanja otkrivaju sasvim drugu sliku – pripadnici generacije Z u svojim su stavovima konzervativniji od svojih roditelja. Sve se više vraćaju tradicionalnim vrijednostima, manje su tolerantni i spremni prihvaćati različitosti, okreću se domoljublju i nacionalizmu, brinu se uglavnom za vlastiti interes, poistovjećuju se i identificiraju ponajviše putem rodnog mjesta. Mladi generacije Z, također navode istraživanja, manje su socijalno osjetljivi od ranijih generacija te im teme ravnopravnosti i jednakosti nisu toliko bliske, koliko je očekivano. Unatoč golemom broju prijatelja i poznanika na društvenim mrežama, mladi su introvertiraniji, individualniji, manje skloni biti dio kolektiva… Manje su društveno angažirani a sve više nezainteresirani za društveno-političku scenu.[79]

4.3. Uloga tehnologije u životu generacije Z

Generacija Z troši prosječno 3 sata i 38 minuta online na pametne telefone, gotovo 50 minuta dulje od prosječnog korisnika Interneta. 24-satni pristup svjetskim informacijama putem super

[78] Ibid.
[79] Prema : Ibid.

računala u džepu preuredio je kako generacija Z rješava probleme, mreže, komunicira, uči, kupuje i na kraju kako će se pojaviti na radnom mjestu.

Generacija Z koristi tehnologije na sljedeći način:

- 45 posto generacije Z u SAD-u prima plan mobilne usluge između 10 i 12 godina.
- 72 posto generacije Z imaju pristup svim mobilnim bežičnim uslugama, uključujući glasovne, poruke i podatke.
- Glavne mobilne aktivnosti generacije Z uključuju slanje tekstualnih poruka (81 posto), preuzimanje aplikacija (59 posto), igranje unaprijed instaliranih igara i mobilnog interneta / pristupanje web stranicama (53 posto) i videopoziv uživo (46 posto).
- 66 posto generacije Z posjeduje iPhone, a 81 posto očekuje da će njihovi sljedeći telefoni biti iPhone.
- 91 posto generacije Z imaju svoje digitalne uređaje u krevetu navečer.
- 32 posto generacije Z radije bi otišlo tri dana bez tuša nego tjedan dana bez telefona.
- 66 posto generacije Z navodi igre kao glavni hobi.
- 92 posto studenata generacije Z imaju pristup Netflixu, a 38 posto generacije Z dnevno koristi video putem Netflixa.[80]

Kada je riječ o društvenim mrežama, javljaju se sljedeće značajke:

- Glavne web stranice / aplikacije koje koristi Generacija Z su YouTube (91 posto), Gmail (75 posto), Snapchat (66 posto), Instagram (65 posto) i Facebook (61 posto).
- 71 posto generacije Z koristi Snapchat više od šest puta dnevno, a 51 posto ga koristi 11 puta dnevno.
- Četvrtina generacije Z kaže da je Snapchat "bitan za njihove odnose."
- Generacija Z koristi do pet različitih društvenih kanala dnevno.
- Tri četvrtine generacije Z gledaju videozapise usluge YouTube najmanje jednom tjedno.
- 42 posto generacije Z kaže da društveni mediji utječu na samopoštovanje, u usporedbi s 31 posto Millennialsa, 23 posto generacije X i 20 posto Baby Boomera.
- 82 posto generacije Z pažljivo razmisli o tome što stavljaju na društvene medije.

[80] How generation Z uses technology and social media, dostupno na: https://blog.ryan-jenkins.com/how-generation-z-uses-technology-and-social-media, pristupljeno: 26.06.2019.

- 44 posto generacije Z provjerava se na društvenim medijima barem sat vremena, a 7 posto ih provjerava češće nego svakih petnaest minuta.
- 1 od 10 generacije Z radije bi otišao tri dana bez osvježenja donjeg rublja nego tri dana bez osvježavanja Twitter feeda.
- 1 od 5 generacije Z troši više vremena na osvježavanje Twitter feeda nego na čitanje.[81]

[81] Ibid.

5. USPOREDBA TRADICIONALNOG I SUVREMENOG BANKARSTVA

Širenje novih tehnologija utječe na kupovno ponašanje potrošača tražeći od njega da u većem stupnju sudjeluje u procesu "proizvodnje" i isporuke usluge, na što krajnji korisnik može ili ne mora biti spreman. I interaktivni marketing je utjecajem moderne tehnologije podignut na višu razinu u odnosu pružatelja usluge i korisnika usluge .

Kotler definira interaktivni marketing kao "marketing koji provodi uslužno poduzeće, koje shvaća da percipirana kvaliteta usluge uvelike ovisi o kvaliteti interakcije između korisnika i pružatelja usluge".[82]

Banke moraju provoditi istraživanja među svojim klijentima, jer klijenti su najvredniji segment imovine, pa je raspolaganje konzistentnim i pouzdanim informacijama o njima bitno za ostvarivanje poslovnog uspjeha, ali i povećanje ukupnog zadovoljstva klijenata banke.

5.1. Strateška važnost odnosa banke i klijenata

Zbog utjecaja nove tehnologije te ponude usluga koje su proizvedene uz pomoć automatiziranih procesa najčešće bez kontakta sa službenikom banke došlo je do transformacije odnosa "banka - klijent". Nova tehnologija je stvorila novi tržišni segment kojima mogućnost uporabe automatiziranih uređaja bez intervencija osoblja banke tijekom cijelog dana, a danas čak i u vlastitom stanu, povećava razinu zadovoljstva primljene usluge. Tako se danas govori o odnosu "banka – tehnologija - klijent". Ponuda automatiziranih usluga kod takvih segmenata pozitivno utječe na percipirani imidž banke, dajući mu dimenzije stručnosti, suvremenosti i djelotvornosti.

"No s druge strane postoje takvi segmenti koji su tradicionalno usmjereni i oprezni u odnosu na inovacije, a pogotovo kada je uz njih povezan novac i novčano poslovanje. Takvi segmenti (koji su uglavnom vrlo oprezni u pogledu nove tehnologije, strahujući da je neće znati pravilno upotrijebiti, te ih zato smatraju manje sigurnim) će čak uvođenje novih, modernijih, sustava isporuke koji se zasnivaju na visokoj tehnologiji smatrati pogoršanjem kvalitete

[82]Kotler, P, Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2006.): Osnove Marketinga, Mate, Zagreb, str. 909.

usluge, jer se od njih zahtijeva kompliciranije ponašanje u odnosu na klasične distributivne kanale[83].

Potrebno je, dakle, jasno naznačiti da informatička tehnologija s jedne strane značajno pridonosi poboljšanju kvalitete usluge i to način da smanjuje vrijeme čekanja ispred šaltera u poslovnici, odnosno u većini slučajeva, čini nepotrebnim i sam odlazak u poslovnicu, proširuje vrijeme dostupnosti usluge, smanjuje broj grešaka i slično. Nove tehnologije, u mnogima slučajevima, čine nepotrebnim izravni kontakt službenika banke i potrošača, a na taj način smanjuju mogućnost njihove interaktivne komunikacije. S obzirom da je bankarska usluga nematerijalna taj aspekt dobiva još više na težini jer konstitutivni elementi samog pružanja usluge znatno utječu na percipiranu kvalitetu. U većini slučajeva kada se radi o usluzi vrlo su bitni elementi poput ljubaznosti i stručnosti no oni u suvremenom elektroničkom poslovanju uglavnom nestaju, ali zato se povećava zadovoljstvo korisnika kroz povećanu dostupnost usluge, individualnog biranja vremena, mjesta i pogodnosti korištenja usluga.[84]

Za banku je velika prednost i smanjenje troškova za tiskanje određenih letaka kojima najavljuje svoje nove proizvode i usluge klijentima, jer je sada dovoljno, ukoliko je klijent banke korisnik internet, odnosno mobilnog bankarstva, poslati e-mail poruku klijentu i na taj način ga informirati o novim uslugama. Spomenimo da su pojedine banke implementirale i sustav "povratne informacije" koja im govori je li pojedina poruka pročitana ili ne.

5.2. Mogući propusti banaka prilikom uvođenja novih tehnologija

Nove tehnologije su donijele uglavnom pozitivne učinke na racionalizaciju procesa banke i njezin imidž, te su čak višestruko povećale zadovoljstvo velikog broja ljudi koji su se brzo prilagodili novim načinima korištenja usluga. Međutim, u samom početku uvođenja novih tehnologija, npr. bankomata, menadžment, a i sami službenici nisu bili na visini zadatka[85]. Naime, svojedobno je Zagrebačka banka (a i mnoge druge) zakazala u "pripremi terena" prigodom uvođenja svojih bankomata. Jedina informacija o uvođenju bankomata je bio oglas u novinama, a prospekti za tu uslugu su se držali ispod šaltera u poslovnicama te ih je bilo

[83] Prema: Ibid str.912.
[84] Prema Rončević, A. (2006): Nove usluge bankarskog sektora: razvitak samoposlužnog bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb
[85] Prema: Ibid.

moguće dobiti samo na izričito traženje. Danas su se u Hrvatskoj mnoge stvari popravile, no još uvijek nisu na onoj razini na kojoj su primjerice godinama u SAD-u.

PBZ banka je 2007. godine uvela revolucionarnu uslugu kupovanja vrijednosnica putem njihove web stranice uz prethodno otvoren račun u banci. Nažalost, "greška" s bankomatima se ponovila, jer ni u ovom slučaju nije bila omogućena edukacija klijenata za nimalo jednostavan postupak kupnje i/ili prodaje vrijednosnica putem PBZ web servisa pogotovo u tom tzv. probnom razdoblju, kada se događalo da sustav ne radi baš kako treba, što je dovelo do toga da je usluga u samim počecima bila više nedostupna nego dostupna, što sigurno nije pomoglo jačanju ugleda banke. Danas mnoge banke u Hrvatskoj na svojim web stranicama imaju i mogućnost korištenja probnog internet bankarstva kroz tzv. demo verziju što zasigurno približava korištenje same usluge krajnjim korisnicima.

5.3. Sigurnosni rizici i rješenja

Potencijalni problem internet bankarstva je tzv. "pecanje" (eng. phishing), zloupotreba koja se očituje u online pokušaju (moguće je i telefonskim putem) od strane treće osobe da dođe do korisnikovih informacija s njegove kreditne kartice. Posljednjih par godina je u porastu broj lažnih e- mailova koji se pojavljuju u korisnikovom e-mail sandučiću sa porukom "upozorenje" u kojem ih ta poruka upozorava da će njihov račun biti obrisan ukoliko se ne potvrde neki podaci, pozivajući ih pritom na sumnjive web stranice u kojima se traži od korisnika da unese svoje financijske podatke sa kreditne kartice. Ovakve prijevare ne koštaju banke samo stvarni novac, nego ozbiljno narušavaju teško stečeno povjerenje njihovih klijenata u banku i internet bankarstvo općenito.

Banke moraju konstantno raditi na jačanju i poboljšanju sigurnosti te, što nije nimalo manje važno, na osvještavanju i boljoj informiranosti svojih klijenata koji se odlučuju na korištenje internet bankarstva. Banke su implementirale tzv. "token" kao vrstu zaštita i sigurnog korištenja bankarstva putem interneta. Token, je naime, fizička jedinica i predstavlja nešto što korisnik posjeduje. Postoje 3 vrste tokena: USB token, pametna kartica (eng. smart card) i token koji generira jednokratnu lozinku.[86]

[86]Višefaktorska verifikacija, dostupno na: https://www.cert.hr/wp-content/uploads/2018/12/visefaktorska_autentifikacija.pdf, pristupljeno: 26.06.2019.

5.4. Zakonska regulativa suvremenog poslovanja u Republici Hrvatskoj

Zakonodavstvo u području IT (Informacijske tehnologije) koje je trenutno na snazi u Republici Hrvatskoj sastoji se od više skupina zakona i pravilnika koji reguliraju ovo područje, a uključuje:[87]

1. ELEKTRONIČKI POTPIS:

- Zakon o elektroničkom potpisu (NN 10/2002),
- Pravilnik o evidenciji davatelja usluga certificiranja u Republici Hrvatskoj (NN 107/2010),
- Pravilnik o registru davatelja usluga certificiranja elektroničkih potpisa koji izdaju kvalificirane certifikate (NN 54/2002),
- Pravilnik o mjerama i postupcima uporabe i zaštite elektroničkog potpisa i naprednog elektroničkog potpisa, sredstava za izradu elektroničkog potpisa, naprednog elektroničkog potpisa i sustava certificiranja i obveznog osiguranja davatelja usluga izdavanja kvalificiranih certifikata (NN 54/2002),
- Pravilnik o tehničkim pravilima i uvjetima povezivanja sustava certificiranja elektroničkih potpisa (NN 89/2002),
- Uredba o djelokrugu, sadržaju i nositelju poslova certificiranja elektroničkih potpisa za tijela državne uprave (NN 146/2004).

2. ELEKTRONIČKA TRGOVINA:

- Zakon o elektroničkoj trgovini (NN 173/2003),
- Zakon o izmjenama i dopunama zakona u elektroničkoj trgovini (NN 67/2008).

3. ELEKTRONIČKA ISPRAVA:

- Zakon o elektroničkoj ispravi (NN 150/2005)

4. ELEKTRONIČKE KOMUNIKACIJE:

- Zakon o elektroničkim komunikacijama (NN 73/2008),

[87]Zakonska ICT regulativa, dostupno na: http://www.hiz.hr/strukovne_norme_i_propisi/zakonska_ict_regulativa, pristupljeno: 27.06.2019.

- Zakon o telekomunikacijama (NN 122/03; 158/03; 60/04.),
- Zakon o izmjenama i dopunama Zakona o telekomunikacijama (NN 70/05).

5. INFORMACIJSKA SIGURNOST:

- Zakon o informacijskoj sigurnosti (NN 79/2007),
- Zakon o tajnosti podataka (NN 79/2007),
- Uredba o mjerama informacijske sigurnosti (NN 46/08),
- Uredba o sigurnosnoj provjeri za pristup klasificiranim podacima (NN 72/07),
- Uredba o načinu označavanja klasificiranih podataka, sadržaju i izgledu uvjerenja o obavljenoj sigurnosnoj provjeri i izjave o postupanju s klasificiranim podacima (NN 102/07),
- Zakon o zaštiti osobnih podataka (NN 103/03).

6. RAČUNALNI KRIMINAL:

- Zakon o potvrđivanju Konvencije o kibernetičkom kriminalu (NN 173/2003)[88]

[88]Prema: Zakonska ICT regulativa, dostupno na: http://www.hiz.hr/strukovne_norme_i_propisi/zakonska_ict_regulativa, pristupljeno: 27.06.2019

6. EMPIRIJSKO ISTRAŽIVANJE – KORIŠTENJE BANKARSTVA KOD GENERACIJE Z

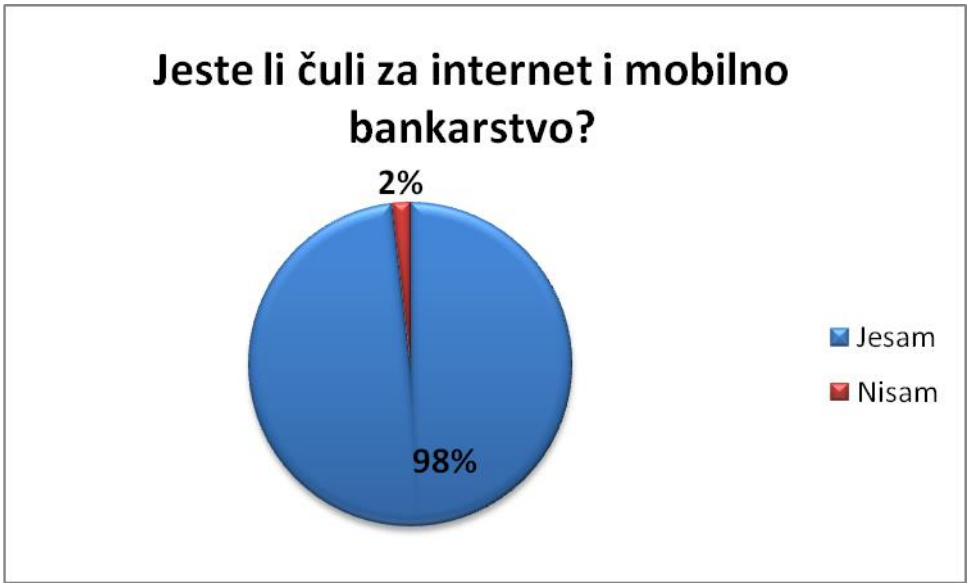
6.1. Metodologija istraživanja

Za potrebe ovog rada izvršeno je anketno ispitivanje namjernog uzorka - generacije Z koju čine osobe rođene od 1995. godine do danas. Anketa je bila izrađena putem Google obrasca, a sama anketa provodila se tijekom lipnja 2019. godine. Anketa se sastojala od 8 pitanja.

Vlastito istraživanje putem ankete provedeno je u potpunoj anonimnosti ispitanika. Ispitano je stanovništvo Republike Hrvatske. Cilj istraživanja je bio prikupiti informacije o korištenju bankarskih usluga kod generacije Z.

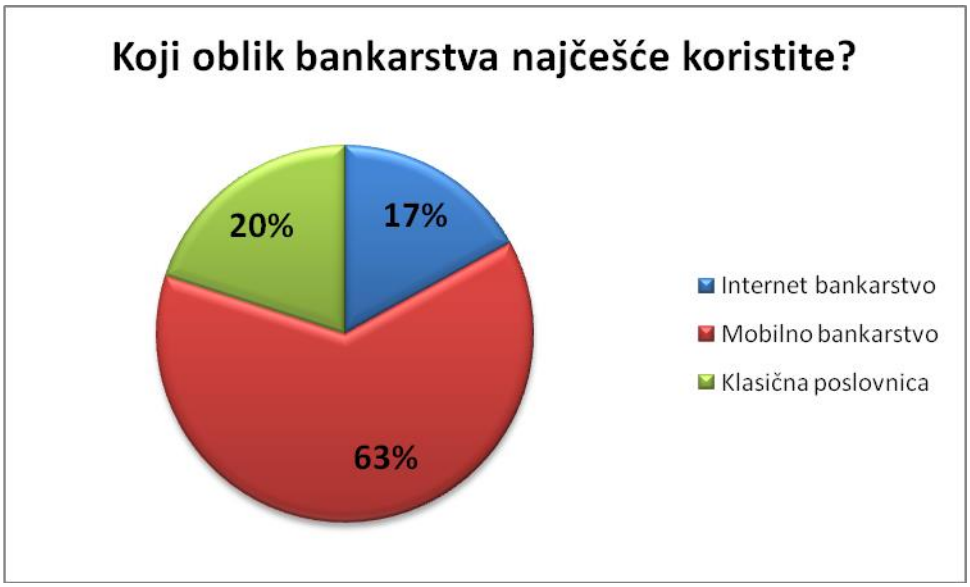
6.2. Rezultati istraživanja

U nastavku će biti prikazani rezultati istraživanja. Anketni upitnik ispunilo je ukupno 108 ispitanika.



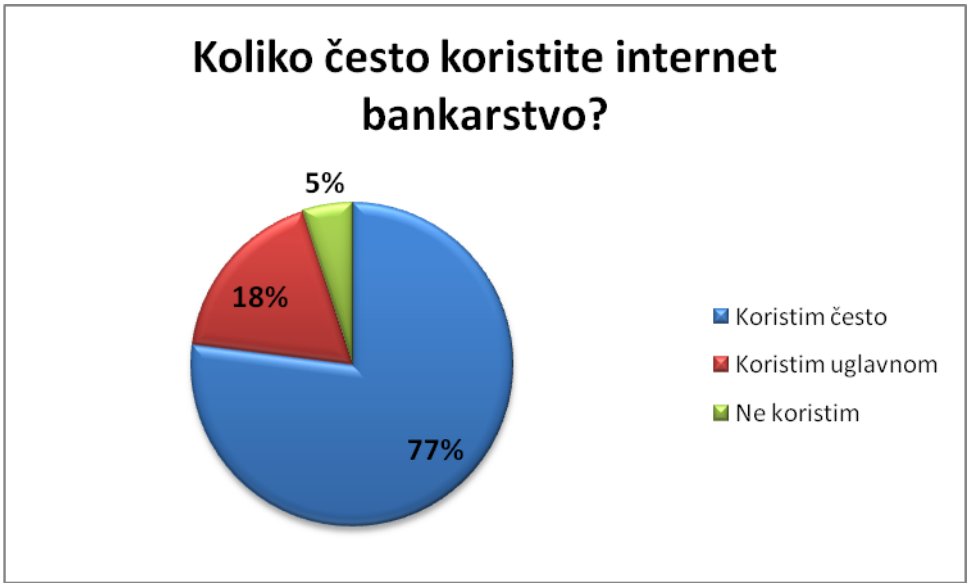
Grafikon 1.Internet i mobilno bankarstvo
Izvor: izrada autorice

Na pitanje „**Jeste li čuli za internet i mobilno bankarstvo?**“ ukupno 98% ispitanika odgovorilo je da je čulo za internet i mobilno bankarstvo, dok je 2% ispitanika izjavilo da nije čulo za navedene oblike bankarstva.



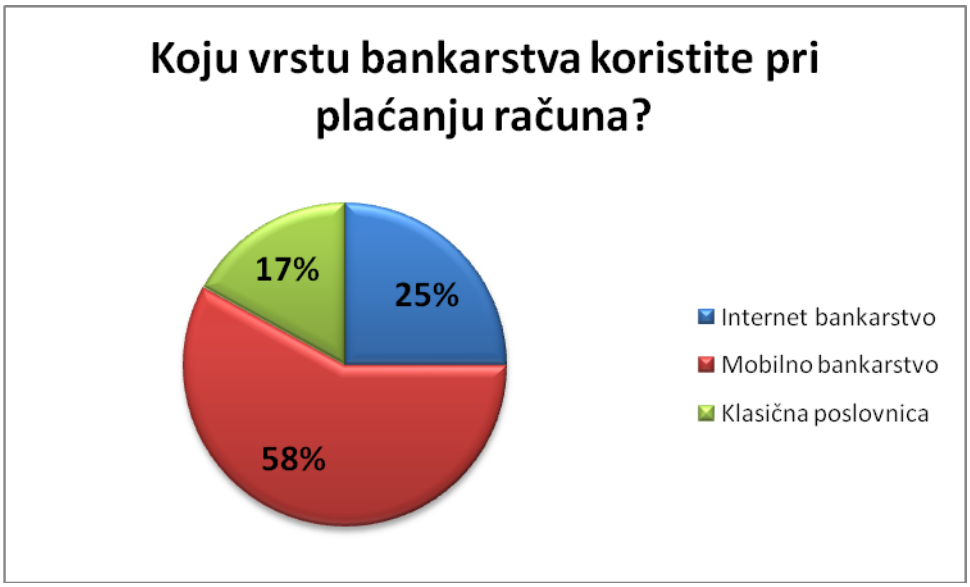
Grafikon 2. Korištenje bankarstva
Izvor: izrada autorice

Na pitanje „**Koji oblik bankarstva najčešće koristite?**“ ukupno 17% ispitanika izjasnilo se da najčešće koristi internet bankarstvo, 20% ispitanika odlazi u klasičnu poslovnicu do 63% ispitanika najčešće koristi mobilno bankarstvo.



Grafikon 3. Korištenje internet bankarstvo
Izvor: izrada autorice

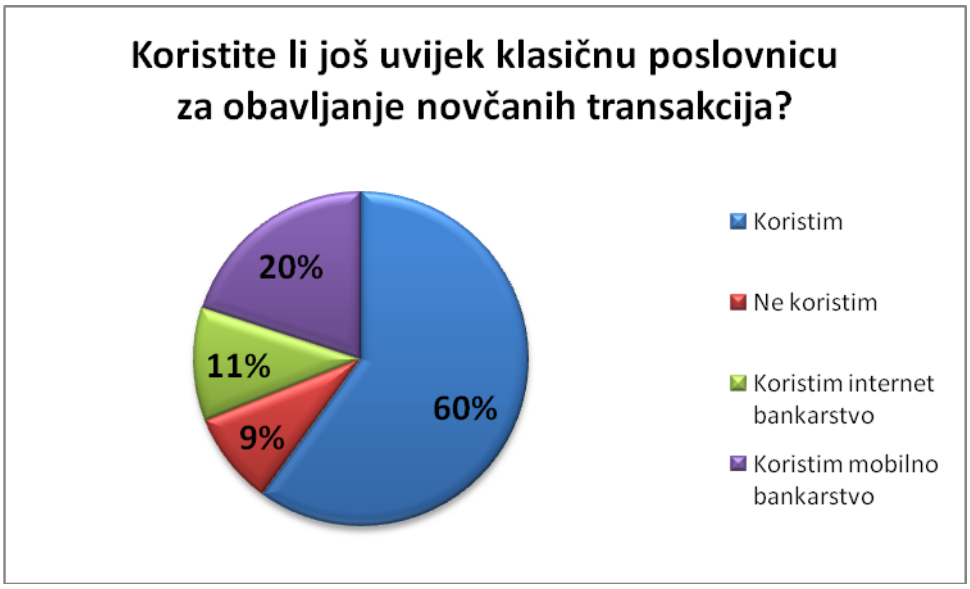
Treće pitanje ankete ispitivalo je u kojoj mjeri se koristi internet bankarstvo. Ukupno 77% ispitanika često koristi internet bankarstvo, 18% uglavnom koristi dok ukupno 5% ispitanika ne koristi internet bankarstvo.



Grafikon 4. Plaćanje računa i bankarstvo

Izvor: izrada autorice

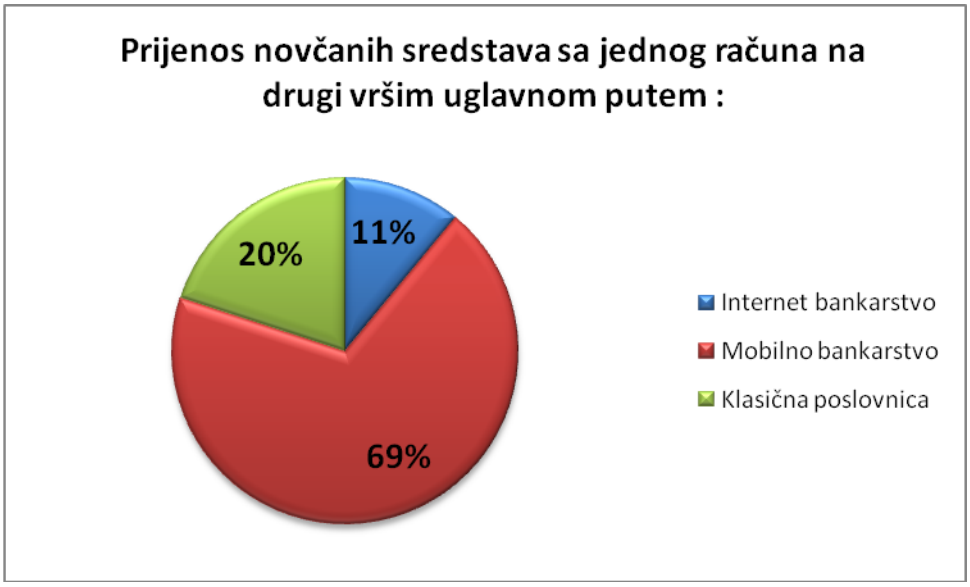
Kada je riječ o plaćanju računa, ukupno 58% ispitanika za plaćanje računa koristi mobilno bankarstvo, 25% ispitanika koristi internet bankarstvo dok 17% ispitanika račune plaća u klasičnoj poslovnici banke.



Grafikon 5. Klasična poslovnica i novčane transakcije

Izvor: izrada autorice

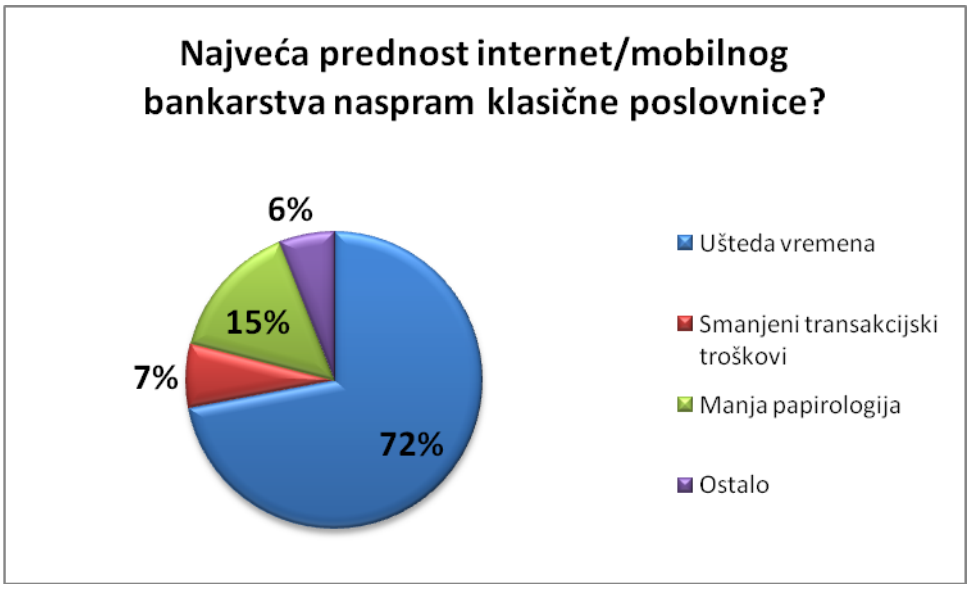
Na pitanje **„Koristite li još uvijek klasičnu poslovnicu za obavljanje novčanih transakcija?“** ukupno 60% ispitanika odgovorilo je da koristi klasičnu poslovnicu za obavljanje novčanih transakcija, dok 9% ispitanika ne koristi usluge klasične poslovnice za obavljanje novčanih transakcija.



Grafikon 6. Prijenos novčanih sredstava

Izvor: izrada autorice

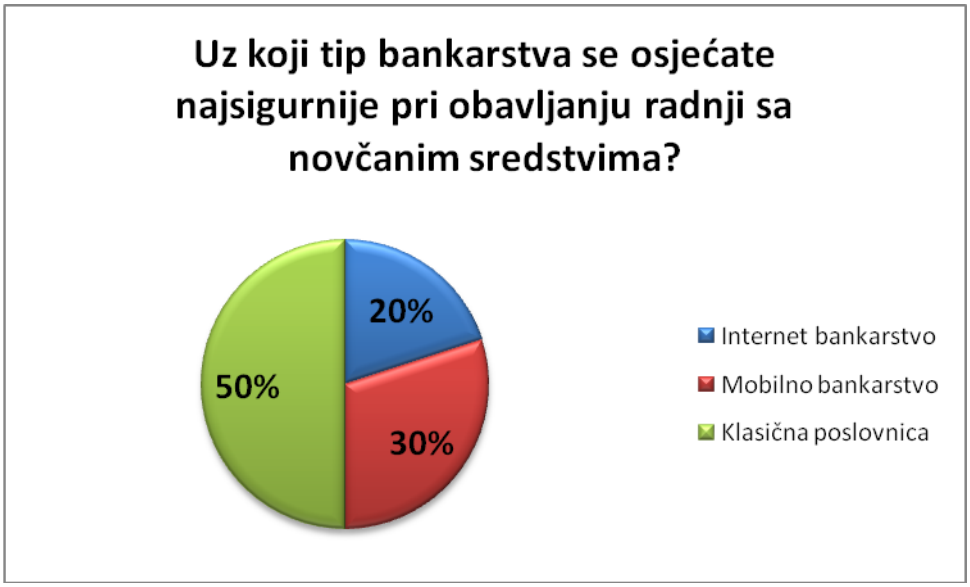
Ukupno 69% ispitanika za prijenos novčanih sredstava sa jednog računa na drugi vrši putem mobilnog bankarstva, 20% ispitanika prijenos vrši u klasičnoj poslovnici dok 11% ispitanika prijenos novčanih sredstava vrši putem internet bankarstva.



Grafikon 7. Prednosti internet i mobilnog bankarstva naspram klasične poslovnice

Izvor: izrada autorice

Kada je riječ o prednostima internet i mobilnog bankarstva naspram klasične poslovnice, ukupno 72% ispitanika ističe uštedu vremena, 15% kao prednost ističe manju papirologiju dok 7% ispitanika ističe smanjenje transakcijske troškove. Od ostalih odgovora ističe se jednostavnost obavljanja transakcija, brzina provedbe transakcija, dostupnost bankarstvu 24/7.



Grafikon 8. Sigurnost kod radnji sa novčanim sredstvima
Izvor: izrada autorice

Na pitanje **„Uz koji tip bankarstva se osjećate najsigurnije pri obavljanju radnji sa novčanim sredstvima?“** ukupno 50% ispitanika odgovorilo je da se najsigurnije osjeća u klasičnoj poslovnici prilikom radnje s novčanim sredstvima, 30% ispitanika istaknulo je da se najsigurnije osjeća prilikom korištenja mobilnog bankarstva, dok se 20% osjeća najsigurnije kod obavljanja radnji putem internet bankarstva.

6.3. Ograničenja istraživanja

U svrhu izbjegavanja nastanka mogućih nejasnoća prilikom anketiranja sudionika svim sudionicima anketnog ispitivanja pojašnjeno što se anketom namjerava postići. Također, u dotičnom istraživanju svim ispitanicima je objašnjen temeljni cilj ovog istraživanja, a to je da služi isključivo za znanstveno-istraživačke svrhe, te da je u potpunosti anoniman. Međutim provedba značajno ovisi i o raspoloženju ispitanika i njihovoj spremnosti da sudjeluju u anketi.

Ujedno, postoji mogućnost kako su stavovi ispitanika bili ograničeni upitnikom. Zasigurno postoje elementi koji nisu bili ponuđeni u anketnom upitniku, a možebitno su nekom dijelu ispitanika čak i bili važniji od nekih koji su ponuđeni u upitniku.

7. ZAKLJUČAK

Cilj ovog rada je bio ispitati u kojoj mjeri generacija Z koristi bankarske usluge. Generacija Z ubrzano ulazi na tržište rada. Najstarijima među njima su 23 godine. Rođeni su sredinom devedesetih godina prošlog stoljeća i u prvom desetljeću ovog stoljeća. Generacija Z su digitalni domoroci i žele trenutačno zadovoljstvo kada koriste mobilne uređaje s kojima žive - točnije u roku od šest do osam sekundi. Nezavisni, ambiciozni, autentični i raznoliki samo su nekoliko pridjeva koji se koriste za opisivanje generacije Z. Za njih je CD vintage predmet, prijatelje nalaze preko Facebooka i ostalih društvenih mreža, njihove su dječje knjige čitane i priče ispričane pomoću Kindles-a i iPads-a, a WWW je dio njihovog života od samog rođenja. Reći da je Generacija Z vješta s tehnologijom, nije dovoljno dobar opis. Generacija Z jest tehnologija.

Istraživanje provedeno za potrebe ovog završnog rada pokazalo je kako je generacija Z čula za internet i mobilno bankarstvo. Najčešći oblik bankarstva koji koristi generacija Z je mobilno bankarstvo, no još uvijek postoji tendencija odlaska u klasične poslovnice banke. Internet bankarstvo se uglavnom koristi često, dok se prilikom plaćanja računa najčešće koristi mobilno bankarstvo. Za obavljanje novčanih transakcija generacija Z još uvijek odlazi u klasičnu poslovnicu, a za prijenos novčanih sredstava najčešće se koristi mobilno bankarstvo. Generacija Z ističe kako je najveća prednost internet i mobilnog bankarstva naspram klasične poslovnice značajna ušteda vremena i manja papirologija, a ističe se i jednostavnost obavljanja transakcija, brzina provedbe transakcija, dostupnost bankarstvu 24/7. Generacija Z ipak se najsigurnije osjeća prilikom obavljanja radnji s novčanim sredstvima kada se one vrše u klasičnoj poslovnici.

U prvom poglavlju ovog rada opisana je svrha ovog rada, objašnjeno je kakva je to današnja tzv.Iphone generacija koja je poznata po tome što je kreativna i znatiželjna što se tiče inovacija u tehnologiji. Također navedene su metode korištene prilikom izrade rada, neke od njih su : metoda indukcije, metoda dedukcije te metoda analize.

U drugom poglavlju su navedene glavne značajke bankarstva, opisan je nastanak banaka te stručno definiran pojam banke. Najznačajnije vrste banaka su : Središnje, depozitno-kreditne, specijalizirane, univerzalne i štedionice.

Treće poglavlje je složenije u kojem je analizirano tradicionalno i suvremeno bankarstvo. U tradicionalnom bankarstvu glavna karakteristika je da se klijenti moraju prilagoditi banci i

njihovim poslovnicima dok je suvremeno bankarstvo usmjereno više na zadovoljavanje klijenata i pokušavaju se prilagodit njima i njihovim obavezama.
U poglavlju obilježja generacije Z navedeni su pripadnici generacije Z, a to su mlade osobe rođene od 1995. ili 1997. godine a često ju nazivaju i generacija 2020. Riješava probleme putem tehnologije, komunicira, uči pa i kupuje preko interneta a sve više njih i obavljaju svoj posao na taj način.
Usporedba tradicionalnog i suvremenog bankarstva je navedena u 5.poglavlju. Tu je opisana strateška važnost odnosa banke i klijenta to jest danas je prisutan naziv tzv. odnosa "banka-tehnologija-klijent" gdje klijenti mogu obavljati svoje potrebe bez intervencije osoblja. Ali kada je novac u pitanju to su prisutni segmenti koji su tradicionalno usmjereni.
Emipirijsko istraživanje je poglavlje u kojem sam razradila odgovore iz provedenog anketnog ispitivanja namjernog uzorka-generacije Z. Istraživanje je bilo usmjereno na tri vrste bankarstva : Internet, mobilno i klasično bankarstvo. Svrha ove ankete je bila istražiti kojem su tipu bankarstva ispitanici najviše skloni i u kojem se osjećaju najsigurnije

Danas, u 21. stoljeću došlo je do iznimno velikog razvitka banaka i poslovanja istih. Uz razvitak bankarskih usluga, došlo je do razvitka bankarskog tržišta na kojem se susreće velik broj banaka i korisnika bankarskih usluga. Došlo je do velikih promjena također i u odnosu banaka i njihovih klijenata, danas su banke više inovativnije i pokušavaju osmislit sve više načina u zadovoljavanju svojih klijenata. To rade na način da ih privlače i zadovoljavaju tako što će im naprimjer putem suvremenog internet i mobilnog bankarstva uštediti vrijeme u ovom današnjem vremenu gdje je sve vremenski ubrzano i gdje svaka minuta slobodnog vremena puno znači. Umjesto što će otići u poslovnicu banke da bi provjerili da li im je sjela plaća na račun, ili koliko je stanje na računu, to je danas omogućeno sve preko mobilnog bankarstva te to vrijeme koje su uštedjeli mogu kvalitetno provesti sa svojom obitelji.

Banka je ustanova koja posreduje u novčanom prometu radi stjecanja zarade ili obavlja neke društvene funkcije. Danas se na tržištu javlja tradicionalno i suvremeno bankarstvo. Tradicionalno bankarstvo karakterizira decentralizacija, odnosno postojanje više nezavisnih računala instaliranih na različitim lokacijama, i široka mreža poslovnica u kojima se nude proizvodi i usluge. Široka mreža poslovnica omogućavala je povećanje tržišnog udjela banaka odnosno, time je omogućeno da se standardizirani proizvodi nude na većem broju mjesta. Istodobno se javila i potreba zapošljavanja većeg broja ljudi što je povećavalo njihove ulazne troškove, ali upravo to čuvalo ih je od rasta konkurencije i dovodilo do stvaranja oligopolne

tržišne strukture u bankarstvu. Suvremeno bankarstvo karakterizira svojevrsna centralizacija koju omogućuje primjena novih tehnologija, a pretpostavlja postojanje jednog središnjeg računala koje obavlja sve operacije s podacima i gdje su pohranjeni svi potrebni podaci, a s perifernim uređajima povezano je odgovarajućim komunikacijskim vezama. Povoljnijim uvjetima za razvoj modernog bankarstva pridonosi sve veći broj informatički pismenih ljudi i informatiziranih radnih mjesta.

Na temelju dobivenih podataka može se zaključiti kako kod generacije Z postoji tendencija korištenja internet i mobilnog bankarstva, ali se u nekim aspektima javlja i direktan odlazak u klasičnu poslovnicu. U budućnosti će svakako svaka banka morati prilagođavati i unapređivati internet i mobilno bankarstvo, jer će samo tako moći zadržati postojeće i privući nove klijente na sve suvremenijem i konkurentnijem bankarskom tržištu.

LITERATURA

1. 50. obljetnica bankomata, dostupno na: https://www.24sata.hr/fun/50-obljetnica-bankomata-zanimljivosti-koje-niste-znali-529581, pristupljeno: 15.05.2019.
2. Banka, dostupno na: http://www.ecb.int/press/key/date/2012/html/sp120907.en.html, pristupljeno: 10.06.2019.
3. Banka, dostupno na: http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=5713, pristupljeno: 10.06.2019.
4. Banka, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/B/Banka, pristupljeno: 10.06.2019..
5. Bašić, R. (2006.): Primjena tehnoloških inovacija i elektroničkog plaćanja u hrvatskom bankarstvu, Ekonomski fakultet, Rijeka.
6. Dragičević A. (1991.): Ekonomski leksikon, Informator, Zagreb
7. Fažon, V. (2003.) Bankarstvo, Infotrend, Zagreb
8. Garača, Ž. (2008.): Poslovni informacijski sustavi, Ekonomski fakultet, Split
9. Hadžić, M. (2013.): Bankarstvo, Univerzitet Singidunum, Beograd
10. How generation Z uses technology and social media, dostupno na: https://blog.ryan-jenkins.com/how-generation-z-uses-technology-and-social-media, pristupljeno: 26.06.2019.
11. Hrvatska narodna banka, dostupno na: http://hnb.hr, pristupljeno: 10.06.2019.
12. Infrastruktura, dostupno na: https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge/infrastruktura, pristupljeno: 15.06.2019.
13. Jurman A. (2006.): Povijest bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski fakultet Rijeka, Rijeka
14. Rončević, A. (2006.): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb
15. Kartice, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/K/Kartice, pristupljeno: 16.06.2019.
16. Komercijalne banke, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/K/Komercijalne-banke, pristupljeno: 11.06.2019.
17. Kotler, P, Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2006.): Osnove Marketinga, Mate, Zagreb
18. Kunac, J. (2011.): Novi modeli bankarske komunikacije, Informatol. 44, Zagreb

19. Nova generacija mladih - generacija Z, dostupno na: https://europa.eu/youth/hr/article/39/31499_es, pristupljeno: 22.06.2019.
20. Panian, Ž. (2013.): Elektroničko poslovanje druge generacije, Ekonomski fakultetu Zagrebu, Zagreb
21. Panian, Ž. i sur. (2010.): Poslovni informacijski sustavi, Element, Zagreb
22. Platne kartice i kartične transakcije, dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2504205/h-pkkt_2017.pdf/1fb88d57-d0d8-41c8-b3b7-2bf9df5a29b9, pristupljeno: 18.06.2019.
23. Poslovanje budućnosti, dostupno na: http://manager-magazine.com/content/view/21/1, pristupljeno: 16.06.2019.
24. Rasprostranjenost važna kod odabira banke, dostupno na: http://www.poslovni.hr/hrvatska/rasprostranjenost-vazna-kod-odabira-218466, pristupljeno: 15.06.2019.
25. Rončević, A. (2006.): Nove usluge bankarskoga sektora: razvitak samoposlužnoga bankarstva u Hrvatskoj, Ekonomski pregled, Zagreb
26. Rose, P. S. (2003.): Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb
27. Rose, P.S.(1991.): Commercial bank Menagement, Richard D. Irwin, INC
28. Rose, P.S.(2005.): Menadžment komercijalnih banaka, Mate, Zagreb
29. Severović, K. (2013.): Upravljanje odnosima s klijentima kao izvor informacija za oblikovanje i poboljšanje usluga, Fakultet organizacije i informatike, Varaždin
30. Specijalizirane banke, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/S/Specijalizirane-banke, pristupljeno: 11.06.2019
31. Središnja banka, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/S/Sredi%C5%A1nja-banka, pristupljeno: 11.06.2019.
32. Statistika platnog prometa u Republici Hrvatskoj, dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2569921/hp26092018-brosura-platni-promet-press-release-2018.pdf/18a2d0e8-3499-4fb9-a266-27de3f21e6a1, pristupljeno: 16.06.2019.
33. Štedionica, dostupno na: http://www.moj-bankar.hr/Kazalo/%C5%A0/%C5%A0tedionica, pristupljeno: 11.06.2019
34. Tomašević Lišanin, M. (1997.): Bankarski marketing, Informator, Zagreb
35. U pet godina udvostručena mreža bankomata, dostupno na: https://lider.media/arhiva/63823/, pristupljeno: 15.05.2019.

36. Višefaktorska verifikacija, dostupno na: https://www.cert.hr/wp-content/uploads/2018/12/visefaktorska_autentifikacija.pdf, pristupljeno: 26.06.2019.
37. Zakon o bankama, NN 84/02.
38. Zakonska ICT regulativa, dostupno na: http://www.hiz.hr/strukovne_norme_i_propisi/zakonska_ict_regulativa, pristupljeno: 27.06.2019.

POPIS SLIKA, TABLICA I GRAFIKONA

SLIKE

Slika 1. Zastupljenost platnih kartica potrošača u RH na dan 31. prosinca 2017. 25

TABLICE

Tablica 1. Broj bankomata u Republici Hrvatskoj 23

GRAFIKONI

Grafikon 1.Internet i mobilno bankarstvo 41

Grafikon 2. Korištenje bankarstva 42

Grafikon 3. Korištenje internet bankarstvo 42

Grafikon 4. Plaćanje računa i bankarstvo 43

Grafikon 5. Klasična poslovnica i novčane transakcije 43

Grafikon 6. Prijenos novčanih sredstava 44

Grafikon 7. Prednosti internet i mobilnog bankarstva naspram klasične poslovnice 44

Grafikon 8. Sigurnost kod radnji sa novčanim sredstvima 45