

USPOREDBA SUSTAVA MOBILNIH PLAĆANJA U RH

Šimac, Ivan

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:317065>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-05**

Repository / Repozitorij:

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



UNIVERSITY OF SPLIT



DIGITALNI AKADEMSKI ARHIVI I REPOZITORIJI

SVEUČILIŠTE U SPLITU
EKONOMSKI FAKULTET

**USPOREDBA SUSTAVA MOBILNIH PLAĆANJA U
RH**

Završni rad

Kolegij: Informacijski sustavi

Mentor: prof.dr.sc. Željko Garača

Student: Ivan Šimac

Matični broj studenta: 4142209

Split, rujan 2018.

SADRŽAJ

| | |
|---|----|
| 1. UVOD | 1 |
| 1.1. Definiranje problema istraživanja | 1 |
| 1.2. Cilj Istraživanja..... | 1 |
| 1.3. Metode rada..... | 2 |
| 1. RAST I RAZVOJ TEHNOLOGIJE | 3 |
| 2.1. Definiranje mobilne tehnologije..... | 3 |
| 2.2. Važnost mobilne tehnologije..... | 4 |
| 2.3. Razvoj mobilnog poslovanja | 4 |
| 2.4. Prednosti i nedostaci mobilnog poslovanja | 7 |
| 2. MOBILNE APLIKACIJE I PLAĆANJE PUTEM NJIH..... | 11 |
| 3.1. Definiranje mobilnih aplikacija | 11 |
| 3.2. Povijest mobilnih aplikacija | 11 |
| 3.3. Važnost mobilnih aplikacija | 12 |
| 3.4. Načini plaćanja na internetu | 14 |
| 3.5. Sustavi kod komercijalnog plaćanja | 15 |
| 3. MOBILNO PLAĆANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ..... | 17 |
| 4.2. Brojčani podatci korisnika mobilnih uređaja u Republici Hrvatskoj..... | 17 |
| 4.2. Statistički prikaz broja pametnih telefona u RH..... | 17 |
| 4.3. Upotreba mobilnih aplikacija za plaćanje u RH | 18 |
| 4.4. Pravni okvir Europska Zajednice i RH | 18 |
| 4.5. Vrste mobilnih plaćanja u RH | 20 |
| 4.6. Načini plaćanja u RH..... | 22 |
| 4.7. Mobilno plaćanje u RH | 23 |
| 4. ZAKLJUČAK | 27 |
| SAŽETAK..... | 29 |

| | |
|----------------------|----|
| SUMMARY | 30 |
| KLJUČNE RIJEČI | 31 |
| KEY WORDS | 32 |
| LITERATURA..... | 33 |

1. UVOD

1.1. Definiranje problema istraživanja

U ovom radu istražit će se nekoliko važnih čimbenika i pojmova kao što su; mobilno poslovanje, tehnologija kao prednost poslovanja te aplikacije koje su važne za mobilno plaćanje u Hrvatskoj

Danas u svijetu i na tržištu rada tehnologija je odlično oružje u borbi s konkurencijom i opstankom na tržištu. Tehnologija kao funkcija i čimbenik daje prednost određenom poslovnom subjektu na tržištu, kako bi se ono iskazalo u što bolje svjetlu i privuklo što više ljudi, klijenata i poslovnih partnera.

Danas u svijetu, sve veći broj ljudi koristi svoje mobilne uređaje za kupovinu i plaćanja raznih obveza. Razvojem tehnologije i mobilnih uređaja putem intereneta došlo je do olakšanja platnih procesa. Takav tehnološki proces omogućuje sve lakši proces prilikom kupovine i plaćanja usluga i obveza, jer se na internetu mogu naći detaljni opisi željene usluge ili proizvoda.

U današnje suvremeno doba, ljudima je sve dostupno na mobilnim uređajima, informacijama je dovoljno samo nekoliko sekunda da dođu do potrošača i klijenata, a platne transakcije se obave u nekoliko minuta putem mobilnih uređaja.

U ovom radu susrest ćemo se sa pojmom mobilne tehnologije i njezinog procesa plaćanja raznih obveza i usluga, kroz nekoliko poglavlja definirat ćemo cjelokupnu problematiku s uvidom i usporedbom mobilnih aplikacija na domaćem tržištu, u Republici Hrvatskoj.

1.2. Cilj Istraživanja

Cilj istraživanja ovog rada je obrazložiti i definirati problematiku mobilnog plaćanja, odnosno važnost samog procesa mobilnog plaćanja u današnjem načinu života. Naglasiti važnost tih novih tehnoloških procesa koji je važan za našu temu. Glavni cilj je istražiti važnost mobilnog plaćanja s ciljem naglaska na Hrvatsku.

1.3. Metode rada

U ovom radu koristit ćemo sljedeće metode:

- metoda deskripcije,
- metoda analize,
- metoda sinteze,
- metoda kompilacije,
- metoda komparacije.

2. RAST I RAZVOJ TEHNOLOGIJE

U ovom dijelu rada definirat će se cjelokupni proces razvoja tehnologije kao podloga za kasnija poglavlja rada u kojima će se definirati mobilne aplikacije i proces mobilnog plaćanja.

2.1. Definiranje mobilne tehnologije

Kako bismo što bolje definirali mobilnu tehnologiju, moramo je definirati, pa tako laički se može kazati kako je mobilna tehnologija danas važan faktor u svijetu poslovanja i življenja, pomoću nje dolazi do svakodnevnog poslovanja i povezivanja među ljudima, bilo poslovno ili privatno. Ljudima je ona omogućila proces lakšeg plaćanja preko raznih uređaja i aparata, kako bi se skratio proces administracije i papirologije. Razvojem mobilnog plaćanja skratio se vremenski rok obavljanja mnogih poslova, također razvila se i internetska trgovina gdje ljudi u nekoliko trenutaka mogu riješiti svoje probleme.

Mobilna tehnologija u najširem smislu podrazumijeva elektroničke uređaje informatičke ili komunikacijske namjere koji se mogu koristiti u pokretu, te se nazivaju mobilnim uređajima ili jednostavnije mobitelima. Također obuhvaća infrastrukturu, ožičenu ili bežičnu, koja je potrebna za povezivanje i umrežavanje mobilnih uređaja sa drugim, stolnim ili mobilnim, sustavima i uređajima. Mobilni uređaji se dijele na:¹

- Mobilne komunikatore, primjerice mobitele i pametne telefone,
- Mobilna računala, primjerice dlanovnike (PDA) te prijenosna računala ili prijenosnike (laptop, tablet, notebook).

Danas su najkorisniji mobilni uređaji, odnosno mobiteli, jer gotovo svaki čovjek ima moderni oblik mobitela te ga koristi svakodnevno, razvojem aplikacija, pogotovo bankarskih došlo je do olakšavanja poslovanja i platežnog procesa.

¹ Brumec, S.: Magistarski rad - „Razvoj mobilnih informacijskih sustava“, 2008., dostupno na: <http://brumec.com.hr/preuzmi/SBrumec-magisterij.pdf> (posjećeno, 17.07.2018.)

2.2. Važnost mobilne tehnologije

Danas je mobilna tehnologija važan čimbenik u procesu poslovanja i privatnog života, svaki dan ona ima sve veću ulogu u današnjem svijetu, mobilno poslovanje putem interneta je omogućilo razne manevre, od gledanja videa, čitanja, plaćanja itd., što je još važnije došlo je do razvoja aplikacija koje koriste internet za razmjenu poruka i glasovnih poziva.

Jedan od najvažnijih procesa jest platežni proces koji se razvio tijekom tehnološkog razvoja uređaja i aplikacija. Preteča današnjih uređaja bili su uređaji koji su mogli samo slati i primiti poruke i pozive, dok je s napretkom tehnologije došlo do općeg napretka u procesu plaćanja i poslovanja.

S daljnjim napretkom tehnologije i interneta razvijala se i mobilna tehnologija te su mobilni uređaji poprimali različite oblike sa različitim mogućnostima. Tako su se kasnije pojavili mobiteli s ugrađenim fotoaparatom, glazbenim playerima, ekranima u boji te sve do današnjih pametnih telefona sa brojnim mogućnostima i pristupom Internetu.

Kroz takav razvoj posljednjih desetak godina došlo je do razvoja i mobitela, odnosno uređaja koji su danas postali nezaobilazan faktor u procesu funkcioniranja. Mobiteli su postali najkorišteniji uređaji, te su smijenili računala sa liste vodećih uređaja, i to najviše zbog raznih aplikacija s kojima svaki čovjek može obaviti po nekoliko funkcija u nekoliko trenutaka.

Danas je došlo do toga, da se poslovni procesi u većini slučajeva odvijaju preko mobilnih uređaja, s čime se zamjenjuje administracija i papirologija kod mnogih poslovnih subjekata i institucija.

2.3. Razvoj mobilnog poslovanja

Krajem 20. stoljeća došlo je do razvoja tehnologije, u prvom smislu kada se kaže tehnologije misli se na razvoj računala, mobitela i drugih uređaja, te razvoj interneta koji je poslužio kao osnova za početak svih mobilnih transakcija i djelovanja. Danas u svijetu je nezmysljivo voditi

bilo kakav posao ili voditi svoj osobni život bez upotrebe mobilnih tehnologija i uređaja. U ovom poglavlju definirat će se nekoliko funkcija koje se provode putem korištenja raznih modernih uređaja, uz korištenje interneta.

Glavna područja primjene koncepta elektroničkog poslovanja su sljedeća:²

- On-line prodaja vlastitih dobara i usluga – ideja online prodaje bila je iskoristiti važno i privlačno svojstvo Interneta tako da svaki njegov korisnik može po volji, bilo kada i s bilo koje lokacije stupiti u kontakt s bilo kojim drugim korisnikom. Ljudi koji su imali nešto za ponuditi na prodaju shvatili su da će ako informaciju o tome plasiraju putem Interneta ona biti dostupna izuzetno velikom broju potencijalnih kupaca diljem čitavog svijeta. Najstariji oblik prodaje na daljinu bila je prodaja tzv. nematerijalnih dobara (intelektualna dobra), zatim prodaja klasične robe, tj. materijalnih dobara te razvoj prodaje usluga. Svaka se prodaja obavlja putem vlastitog Web mjesta, te mora obavezno biti popraćena odgovarajućim marketinškim aktivnostima kako bi se privukao što veći broj potencijalnih kupaca pa se sukladno tome počeo i razvijati digitalni marketing.
- Elektroničko trgovanje – razlika između online prodaje vlastitih dobara i usluga te elektroničkog trgovanja je u tome da elektronički trgovac ništa ne proizvodi sam, već nudi potrošačima ono što su proizveli ili što kao uslugu nude drugi. Ovisno o predmetu trgovanja, razlikuju se dva osnovna oblika elektroničkog trgovanja: model trgovanja materijalnim i nematerijalnim dobrima i uslugama, te model trgovanja kapitalom.
- Zabava i rekreacija – industrija zabave prepoznala je potencijale Interneta kao distribucijskog kanala za filmove, glazbu, knjige, video igre i druge oblike zabavno-rekreacijskih sadržaja. Tehnološka unapređenja, prvenstveno ona koja se odnose na brzinu prijenosa informacija, među kojima se posebno ističe tehnologija kontinuiranog toka podataka (eng. Streaming), otvaraju se nove mogućnosti za daljnji razvoj online zabavno-rekreacijskih sadržaja.

² Panian, Ž.: Elektroničko poslovanje druge generacije, Kolo 1., svezak 1., Biblioteka Informatika, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2011., str. 53-64.

- Elektroničko bankarstvo i on-line financijske transakcije – Internet bankarstvo omogućuje korisnicima obavljanje financijskih transakcija na daljinu, bez fizičke nazočnosti u prostorijama banke. Nakon virtualnog bankarstva (elektroničko bankarstvo) koje podrazumijeva primjenu Interneta i
- Weba za obavljanje financijskih transakcija razvilo se pokretno (mobilno) bankarstvo. Putem mobilnih uređaja s mogućnošću pristupa bežičnom Internetu, korisnici mogu lako obavljati sve financijske transakcije, na bilo kojem mjestu i ubilo koje vrijeme.
- Elektroničko izdavaštvo i nakladništvo – postavljanjem web stranice omogućujemo da je sadržaj stranice dostupan svima u bilo koje vrijeme, jednako objavljivanju vijesti u novinama, na radiju ili televiziji i predstavlja izdavački pothvat. Elektroničko izdavaštvo se odnosi na stvaranje i distribuciju elektroničkog sadržaja, uključujući pisane materijale, glazbu i ostale audio zapise, video sadržaje i računalni software. Elektroničko nakladništvo obuhvaća stvaranje, uređivanje, prodaju i distribuciju elektroničkih sadržaja.

Današnji način života i poslovanja postao je brz i stresan, važno je na vrijeme obaviti stvari i dobiti pravodobne informacije. Kao što se kaže, novac znači vrijeme, i u poslovanju je važno dobiti na vrijeme informacije kako bi bili u prednosti ispred konkurencije. Razvojem interneta i tehnologije, došlo je do bržeg protijekanja informacija. Mobilne aplikacije zauzimaju važno mjesto u načinu funkcioniranja u poslovanju za svako poduzeće, ali i u privatnom životu čovjeka. Danas se preko aplikacija veliki postotak prodaje robe i usluga, a ljudi jednim pokretom mogu platiti naručenu robu.

Korisnik može lako i brzo doći do traženih informacija o proizvodima i uslugama na svakom mjestu, u bilo koje vrijeme te tako uštedjeti na vremenu. Mobilne aplikacije se koriste za izvršavanje raznih zadataka poput uređivanja fotografija, čitanja vijesti, online kupovine, zabavu, informiranje o proizvodima ili uslugama, rezervacije i kupovine turističkih usluga, ali i omogućuju učinkovito oglašavanje na mobilnim uređajima. Mobilne aplikacije kao sredstvo oglašavanja nude priliku i mogućnost dometa promotivne poruke do potrošača koji se nalazi na putu ili je izvan dometa drugih oblika medija.

2.4. Prednosti i nedostaci mobilnog poslovanja

Mobilno poslovanje kao i sama mobilna trgovina uz tradiciionalne načine kupovine i poslovanja ima svoje prednosti i nedostatke. Kada se radi o kupovini preko interneta važna je stavka da korisnici ne trebaju izlaziti iz kuće da bi nešto naručili i platili, znači skraćen je put od odlaska iz svoga doma do putovanja do određene lokacije na kojoj se taj proizvod nalazi, što podrazumijeva trošak i drugih energenata. Korisnici preko interneta mogu saznati bilo koje informacije koje su potrebne vezane uz proizvode ili usluge.

Korisnici mogu putem interneta istraživati detaljno o svojim proizvodima ili uslugama koje žele, također to mogu činiti u bilo koje doba dana. Velika prednost ovakvih kupovina je detaljna analiza proizvoda koje korisnik želi, također izbjegavanje nametljivih prodavača koji često znaju pretjerati te u krajnjoj liniji lakši oblik plaćanja preko bankarskih kartica putem aplikacija, odnosno upisivanjem određenih računa ili kodova. Što rezultira dodatna olakšanja prilikom ovakve vrste trgovanja i procesa.

Također, prilikom ovakvog vida kupovine kupac često može kontaktirati prodavača kako bi se zanimao za određeni proizvod koji želi, što dodatno omogućuje da klijent tj. korisnik lakše obavi taj proces.

U najvažnije prednosti mobilne trgovine ubrajaju se:³

- Pogodnost – mobilni uređaji omogućuju kupnju gdje god se nalazili u samo nekoliko klikova, plaćanje naručenih proizvoda, mogućnost pronalaska jeftinijih proizvoda, detaljni opis proizvoda,
- Pristupačnost – mogućnost pristupa različitim trgovinama u isto vrijeme,
- Jednostavno povezivanje – nema potrebe za modemskom ili Wi-Fi mrežom, već se kupovina može obaviti uključivanjem mobilnog interneta na bilo kojem mjestu, brže i jednostavnije spajanje na Internet,

³ Zavišić, Ž., Lovreković, T., (2016.) Zbornik radova druge međunarodne znanstveno-stručne konferencije "Fedor Rocco" iz područja komunikacija i marketinga, Zagreb, Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti, str. 13.

- Učinkovitost – smanjenje vremena potrebnog za kupovinu, olakšani proces kupovine, smanjenje troškova transakcija, pojednostavljenje poslovnih procesa
- Osiguravanje šireg doseg – veći izbor proizvoda i usluga nego u trgovinama
- Praktičnost – prenosivost bežičnog uređaja.

Nedostatci mobilne trgovine se očituju u:⁴

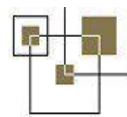
- Tehnološka ograničenja mobilnih uređaja (memorija, snaga procesora, mogućnosti prikaza),
- Ograničeno grafičko korištenje,
- WAP i SMS ograničenja na mali broj znakova i teksta,
- Mali ekrani bežičnih uređaja ograničavaju prijenos podataka Trošak uspostave širokopojasne mobilne infrastrukture,
- Manja funkcionalnost mobilnih uređaja od prijenosnih uređaja (laptopa) Sigurnost prijenosa mobilnih podataka preko mobilnih bežičnih mreža.

Jedan od negativnih elemenata, odnosno strahova kod korisnika i klijenata jest taj gdje oni često ne vjeruju i sumnjaju u točnost informacija i da ih netko neće prevariti prilikom kupnje , odnosno da će im poslati proizvod koji nije istovjetan onom naručenom.

Od ostalih nedostataka online trgovine izdvajaju se nedovoljna zaštita privatnosti potrošača, mogućnost pogrešne isporuke proizvoda ili neisporuke proizvoda te mogućnost lažnog predstavljanja prodavatelja što za potrošača predstavlja financijski gubitak.

⁴ Ibid, str.13.

Kako se građani „paze” na (mobilnom) internetu



Izvor: www.racunalo.com/sigurnost-na-netu, (posjećeno, 22.07.2018.)

Slika 1: Snalaženje korisnika na internetu.

Na slici je prikazano anketno istraživanje na kojem se vidi ponašanje korisnika na mobilnom internetu, pa je tako važno za reći da njih 52% čuva svoje bankarske podatke na mobilnim uređajima što može imati za negativnu posljedicu prilikom krađe ili otuđenja mobilnih uređaja, odnosno došlo bi do procesa zlorabe samih podataka te bi korisnik bio novčano oštećen.

Važno je također istaći visoki postotak korisnika koji ignoriraju razne prevarantske oglase ili mailove koji im dolaze i koji zapravo nude lažne bonuse ili nagrade, a zauzvrat traže da se uplati određena svota novca.

Iz slike se može iščitati kako su mnogi korisnici dobro informirani o sigurnosnim prijetnjama putem svojih mobilnih uređaja što je pokazatelj i razvijenosti svijesti samih korisnika aplikacija.

Sigurnost stranice se također može provjeriti prema njezinoj internetskoj adresi i to prema njenom početku koji započinje sa „https://“. Međunarodne tvrtke izdaju digitalne certifikate koje jamče identitet trgovca te da ima internetske stranice koje zadovoljavaju propise o internetskom poslovanju. S digitalnim certifikatom plaćanje kreditnim karticama u online trgovinama postaje sigurnije od plaćanja u trgovinama gdje je broj kartice lako vidljiv. Ostali najčešći razlozi odustajanja od internetske kupovine su jezična barijera te diskriminacija prema zemlji podrijetla.⁵

⁵ <http://www.medijskapismenost.hr/sigurnost-na-internetu/>, (Posjećeno, 21.07.2018.)

3. MOBILNE APLIKACIJE I PLAĆANJE PUTEM NJIH

U ovom dijelu rada dat će se naglasak na same aplikacije koje su nam nužne za obavljanje platežnih transakcija.

3.1. Definiranje mobilnih aplikacija

Mobilne aplikacije su aplikacijske programske podrške za pametne telefone, tablet računala i druge mobilne uređaje. Naravno, ubrzani protok informacija i povećani broj korisnika mobilnih uređaja i mobilnih aplikacija, iskoristila je trgovačka industrija kako bi što lakše prodala svoje proizvode ili naplatila svoje usluge.

Korištenje Interneta danas je postalo dio svakodnevice, a usporedno s razvojem Interneta razvija se i proizvodnja tzv. „pametnih telefona“. Sve to utječe i na povećanje broja korisnika koji koriste Internet kao sredstvo za planiranje putovanja. Tako se internetska trgovina u posljednje vrijeme jako puno oslanja na mobilne aplikacije jer se njihovim korištenjem mogu zaobići nepotrebni troškovi i papirologija te svoje osobno vrijeme.

3.2. Povijest mobilnih aplikacija

U ovom dijelu rada definirat će se početci razvoja samih pametnih telefona, odnosno razvoj aplikacija koje su oni koristili kako bi mogli funkcionirati preko interneta.

Prva mobilna programska rješenja objavljena su 90 –tih godina prošlog stoljeća za tada dostupne PDA (engl. Personal Digital Assistant) mobilne uređaje, koje je proizvodila tvrtka Psion. Ti uređaji su koristili EPOC operacijski sustav sa instaliranim aplikacijama poput dnevnika, dijagrama itd. Na kasnijim modelima se moglo instalirati aplikacije drugih proizvođača koji su bili dostupni na Internetu. 1998. godine naziv EPOC operacijski sustav se mijenja u poznatiji naziv Symbian. To je bio

zajednički pothvat tvrtki Nokia, Motorola, Ericsson i Psion, a 2010. Nokia preuzima cijeli razvoj.⁶

Kada su se mobilne aplikacije pojavile, mobilna tehnologija još uvijek nije nudila ono što podržava jedan internetski pretraživač i to zbog niske rezolucije i slabe kvalitete procesora.

Proizvođači mobitela su nastojali prilagoditi ekrane svojih uređaja kako bi svi korisnici mogli prikupljati informacije preko Interneta, na bilo kojem mjestu i u bilo koje vrijeme. To se i dogodilo pojavom tzv. "pametnih telefona".

Prvi pametni telefon iPhone je predstavljen od strane Applea 2007. godine. Prvo je koristio softver proizveden samo od strane Applea, no u srpnju 2008. godine predstavljaju vlastiti digitalni servis App Store koji je distribuirao i aplikacije drugih proizvođača. Pojava App Store -a se smatra ključnim događajem u razvoju mobilnih aplikacija kakvi su poznati danas.⁷

3.3. Važnost mobilnih aplikacija

Same aplikacije služe kao alati za mobilne uređaje, pomoću kojih obavljaju razne funkcije za koje su napravljene. Mobilne aplikacije su programi koji su kreirani da bi se izvodile funkcije na mobilnim uređajima. Mobiteli i drugi uređaji prilikom kupovine na sebi imaju nekoliko osnovnih aplikacija, kasnije skidanjem s interneta i kupovinom drugih aplikacija korisnici obogaćuju svoj uređaj. Aplikacije se većinom mogu pronaći na mrežnim trgovinama koje posjeduju sve te aplikacije i gdje točno piše njihova namjena i cijena.

Google Play je Googleova mrežna trgovina aplikacijama nastala spajanjem Android Marketa, Google glazbe te Google trgovine e-knjigama čije korištenje počinje od listopada 2008. godine. Tijekom godina broj dostupnih aplikacija rapidno raste, a samim time i broj preuzimanja dostupnih aplikacija. Odnosno može se reći kako je on platforma za preuzimanje korisničkih aplikacija koje se njima sviđaju, ili bolje rečeno koje su im potrebne za sam rad i

⁶ Mišković, I., Holodkov V., Radin, I. (2015.) –Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu, str. 75.

⁷ Mišković, I., Holodkov V., Radin, I. (2015.) –Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu, str. 76.

poslovanja. Google Play omogućava korisnicima da pretražuju i preuzimaju aplikacije besplatno ili po određenim cijenama.⁸

Laičkim rječnikom i iskustvom iz svoje uporabe najčešće aplikacije su za komunikaciju:

- Viber,
- Whatsapp,
- Messenger.

Dok su za poslovanje razne bankarske aplikacije te za društvene mreže Facebook, Instagram i Twitter.



Slika 2: Prikaz logo-a navedenih aplikacija.

⁸ Panian, Ž.: Elektroničko poslovanje druge generacije, Kolo 1., svezak 1., Biblioteka Informatika, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2011., str. 53-64.

Mobilne aplikacije na Google Playu podijeljene su u nekoliko glavnih kategorija:⁹

- Obitelj
- Glazba i audio Zabava
- Shopping
- Personalizacija
- Društvene mreže
- Komunikacija i ostale.

3.4. Načini plaćanja na internetu

Danas u svijetu se većina plaćanja obavlja preko kartica ili aplikacija određenih trgovina ili institucija. U ovom dijelu rada definirat će se osnovni modeli plaćanja u svakodnevnom poslovanju, ali i življenju.

Elektronički sustav plaćanja podrazumijeva financijsku razmjenu do koje dolazi između kupaca i prodavača u sustavu elektroničkog poslovanja putem sljedećih vrsta plaćanja:¹⁰

- elektroničke gotovine,
- elektroničkih čekova,
- on-line sustava s kreditnim karticama i
- sigurnih elektroničkih transakcija.

Kao što se navelo u gornjem dijelu rada, postoje razni nedstotaci, ali i prednosti prilikom ovakvog oblika plaćanja. Postoje razne prednosti i nedostaci plaćanja putem interneta.

⁹ Panian, Ž.: Elektroničko poslovanje druge generacije, Kolo 1., svezak 1., Biblioteka Informatika, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2011., str. 53-64.

¹⁰ Ibid.

Također jedna od prednosti je što se velike količine novca mogu u kratkom roku prenositi s jednog računa na drugi. Najveća prednost je što robu možete kupovati i prodavati, odnosno plaćati kupljenu robu gotovo iz bilo koje države svijeta, te još mnogo slične mogućnosti koje olakšavaju kupovinu preko interneta svakom kupcu. Najveći nedostatak je to što takva vrsta plaćanja ne omogućava dovoljno vremena za otkrivanje krađa i prijevara.¹¹

3.5. Sustavi kod komercijalnog plaćanja

Kako je tekao proces razvoja internetske trgovine i plaćanja usluga ili proizvoda putem interneta, razvili su se neki standardni ponašanja prilikom plaćanja, pa imamo plaćanje putem kartica upisivanjem broja žiroračuna, razvili su se sustavi električnog poslovanja kao što su Paypal, Cybercash i eCash uz pomoć aplikacija vrši se plaćanje robe ili usluga, ali i u radu ćemo vidjeti i plaćanje putem mobilnih aplikacija i ostvarivanje putem preko aplikacija za parking, bankovnih aplikacija, aplikacija za parking i turističkih aplikacija.

Da bi se koristio CyberCash protokolom, kupac mora koristiti klijentski program "The Wallet" koji je besplatan i može se jednostavno nabaviti i ugraditi, a trgovac mora imati svoj (trgovački) račun kod kompanije kreditnih kartica i svoj "terminal ID10" za primanje Internet transakcija kod njihovih postojećih banaka. Ecash je skup protokola i metoda korištenih za obavljanje financijskih transakcija preko računalnih mreža poput Interneta. Protokol je baziran na korištenju elektroničkih kovanica, tj. znakovnog niza koji sadrži podatke o vrijednosti, serijski broj dan od banke koja podržava eCash tehnologiju, te digitalni potpis banke. "Elektroničke kovanice" (1 eBuck = 1 USD) u transakcijama služe kao osnovna jedinica plaćanja.¹²

U slučaju da ne postoji dovoljan broj manjih kovanica, kupac zahtjeva od banke da mu razmijeni jednu veću na dvije manje kovanice od kojih jedna ima iznos isti kao račun koji treba podmiriti. Nakon obavljanja plaćanja, određeni broj digitalnih "kovanica" se prenosi

¹¹ Jakovčić, L. (2013), Elektroničko plaćanje, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, str. 56.

¹² Ibid, str.57.

preko Interneta, od kupca do trgovca. Krajnji rezultat je umanjivanje broja kovanica na disku kupca za plaćeni iznos i uvećavanje broja kovanica na disku trgovca.¹³

Kod komercijalnog plaćanja vrlo važno je naglasiti da je ono poželjno u današnjem svijetu jer omogućava brži tijek kretanja novca, ali isto tako ima pozitivne učinke na gospodarstvo što mnoge države i žele naglasiti svojim građanima da prihvate ovakav način plaćanja.

¹³ Jakovčić, L. (2013), Elektroničko plaćanje, Veleučilište u Rijeci, Rijeka, str. 57.

4. MOBILNO PLAĆANJE U REPUBLICI HRVATSKOJ

U ovom dijelu rada prikazat će se procesi mobilnih plaćanja unutar Republike Hrvatske te će se navesti primjeri samih aplikacija i sustava.

4.2. Brojčani podatci korisnika mobilnih uređaja u Republici Hrvatskoj

Prema statističkim analizama broj korisnika mobilnih uređaja iznosio je 3.13 milijuna u 2016. – toj godini za Republiku Hrvatsku. Pretpostavlja se da će se ovaj broj povećati na 4.61 milijuna u 2019. – toj godini i 4.77 milijuna u 2020. – toj godini. Prema istraživanju broj mobilnih uređaja je i veći jer se često mobiteli koriste i bez kartica, koje su bile osnova za istraživanje.

4.2. Statistički prikaz broja pametnih telefona u RH

Kada se govori o broju pametnih telefona onda se spominje postotak od 28% od ukupne brojke za Republiku Hrvatsku. Također ono navodi da hrvatski građani većinu vremena provode na aplikacijama, a sve manje na internetskim portalima.

Prema istraživanju Ericsson Mobility Report (2016.) broj korisnika pametnih telefona je dosegao broj od 2.6 milijarde u 2015. – toj godini. Predviđanja su da bi ovaj broj do 2020. – te trebao narasti na čak 6.1 milijardi. Prema istraživačkom centru Pew, najveći broj korisnika pametnih telefona u 2015. – toj se nalazi u Sjevernoj Koreji (88%), Australiji (77%), Izraelu (74%), SAD - u (72%) i Španjolskoj (71%). Istraživanje se temelji na anketama.¹⁴

¹⁴ Istraživanje Ericsson kompanije.

4.3. Upotreba mobilnih aplikacija za plaćanje u RH

Prema Portio Research Limited (2015.), 1.2 milijardi ljudi je upotrebljavalo mobilne aplikacije u 2012. – toj. Prognoza je da će ovaj broj rasti za 29.8% svake godine, te da će doseći broj od 4.4 milijarde korisnika do kraja 2017. – te. Ovaj rast dolazi poglavito iz Azije, za koju se predviđa da će imati 47% ukupnih korisnika mobilnih aplikacija.¹⁵

Danas u svijetu u online trgovinama aplikacijama se bilježi preko milijun aplikacija, a aplikacija za mobilno plaćanje oko 30 000 tisuća, u Hrvatskoj postoji oko 600 aplikacija koje nude različite oblike plaćanja, od bankarskih do običnih aplikacija za plaćanje parklinga u određenom gradu.

Najbrojnije aplikacije na tržištu su naravno aplikacije zabavnog sadržaja koje zauzimaju čak 52% ukupnog tržišta mobilnih aplikacija, dok se mobilne aplikacije u turizmu nalaze tek na sedmom mjestu, no očekuje se njihov rast, s obzirom da je prelazak s klasičnog promoviranja putem web stranica na mobilne aplikacije, trend novijeg datuma.¹⁶

4.4. Pravni okvir Europska Zajednice i RH

Pravni okvir uspostavljen usvajanjem Direktive o uslugama platnog prometa (2007/64 / EZ) već je unaprijedio cjelokupnu integraciju tržišta maloprodajnih plaćanja u Europi. Međutim, još uvijek postoje brojni specifični i precizno definirani problemi u području kartica, interneta i mobilnih plaćanja. Izvori tih problema mogu se podijeliti u dvije kategorije. Prije svega, u velikom broju područja, tržište ne funkcionira optimalno. Drugo, postoje brojne nedostatke postojećih zakonskih odredbi.

Direktiva o platnim uslugama (PSD) usvojena je 2007. Ovaj propis pruža pravni temelj za jedinstveno platno tržište u EU u cilju uspostavljanja sigurnijih i ino-vativnijih usluga na

¹⁵ Istraživanje portio instituta, koje se nalazi na njihovim službenim stranicama.

¹⁶ Ibid.

teritoriju EU. Cilj je prekograničnih plaćanja učiniti jednostavnijim, učinkovitijim i sigurnijim od onih koji se obavljaju unutar jedne države članice.

Ova nova verzija Direktive o platnim uslugama nadopunjuje zakonodavstvo EU koje se temelji na Direktivi 2007. Njezini glavni ciljevi su:¹⁷

- Pridonijeti boljoj integraciji i učinkovitosti europskog tržišta platnih usluga
- osigurati jednake uvjete za rad različitih pružatelja usluga platnog prometa (uključujući nove)
- Potaknuti smanjenje troškova usluga platnog prometa.

Direktiva o plaćanjima iz 2007. i Direktiva o plaćanjima za 2013. godinu dio su strategije EU za razvoj jedinstvenog digitalnog tržišta. Europska strategija do 2020. ima za cilj uspostavljanje vrlo konkurentne europske socijalno-tržišne gospodarstva za 21. stoljeće, s naglaskom da je od ključne važnosti korištenje svih gospodarskih i socijalnih dobrobiti digitalnog društva. Stoga je e-fakturiranje dio glavne inicijative Europske komisije - Digitalne agende za Europu, koja prednost daje dostizanju jedinstvenog digitalnog tržišta i poziva na uklanjanje svih regulatornih i tehničkih barijera koje sprječavaju masovno usvajanje e-fakturiranja.

Trenutna politička klima pogoduje inicijativi za uvođenje e-faktura u javnom sektoru. Europsko vijeće poziva na provedbu aktivnosti koje će poticati prihvaćanje e-faktura u EU, a Europski parlament donio je rezoluciju kojom se poziva na uvođenje e-naplate kao obveznog u javnoj nabavi do 2016. E-naplate su prepoznate kao potencijalni izvor značajnih ušteda za europsku javnost organe.

Od 1. siječnja 2013. godine, sve države članice EU-a su morale uspostaviti isti pravni status za elektroničke naplate, što se također odnosi i na papirnate fakture. Namjera EU je stvoriti okruženje u kojem će za sve organizacije, bez obzira na njihovu veličinu, biti jasniji postupak korištenja e-faktura za trgovanje s partnerima unutar svoje zemlje i diljem EU.

¹⁷ Direktiva Europske zajednice.

4.5. Vrste mobilnih plaćanja u RH

Kada se govori o vrsti plaćanja onda se mora prvo razlikovati elektronsko plaćanje i mobilno plaćanje, iako mnogi govore kako je to isto, ali postoje sitne razlike pa ih stručnjaci stavljaju posebno, no mnogi ih danas često oboje nazivaju elektronsko.

Prema direktivi Europske zajednice, koju nalazimo u njihovom dokumentu i uredbi o plaćanju internetskim putem, ovi pojmovi definirali su na sljedeći način.

E-plaćanja su plaćanja koja se vrše putem Interneta, obično na jedan od dva načina:¹⁸
Izvođenje transakcija na daljinu putem platnih kartica korištenjem in-net-a;

1. Korištenje online bankarstva koje se temelji na kreditnim transferima ili izravnim debitnim računima gdje platitelj koristi bankovni račun online provjere autentičnosti (trenutno samo na nacionalnoj razini);
2. Plaćanjem putem davatelja usluga e-plaćanja gdje je potrošač neophodan za otvaranje vlastitog računa. Naknada za otvaranje računa može se platiti "tradicionalnim" načinom plaćanja, na primjer putem bankovnog prijenosa ili plaćanja putem platne kartice.

Mobilna plaćanja mogu se svrstati u dvije glavne kategorije:¹⁹

1. M-plaćanja na daljinu se obično obavljaju putem internet / WAP usluga ili putem premium SMS usluge za koje mobilni operater (MO) zadužuje ko-risnika. Većina mobilnih daljinski upravljanih online plaćanja temelji se na shemi platnih kartica. Ostala rješenja, koja se zasnivaju na kreditnim transferima i direktnim zaduženjima računa su tehnički izvediva, moguća, sigurna, učinkovita i konkurentna, ali se izgleda slabo probijaju na tržištu.
2. M-blizina plaćanja obično se obavlja na prodajnom mjestu. Uporaba be-žične tehnologije kratkog dometa (NFC - Near Field Communication), koja je trenutno

¹⁸ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/green-paper-mobile-health-mhealth> (posjećeno, 01.08.2018.)

¹⁹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/green-paper-mobile-health-mhealth> (posjećeno, 01.08.2018.)

vodeća tehnologija za beskontaktna plaćanja, zahtjeva posebno opremljene telefone koji se mogu aktivirati kada se približe specijalnom čitaču na mjestu prodaje (npr. U trgovini, javnom prijevozu, na parkiralištu).

Ovim definicijama je Europska zajednica klasificirala ova dva načina plaćanja i funkcioniranja, pa je ovakav model plaćanja uređen i u Hrvatskoj ulaskom u Europsku Zajednicu. Također, laički se može reći kako sitnice dijele ova dva načina plaćanja koja su u Hrvatskoj pristuna.

Ovakav način funkcioniranja za Hrvatsku ima pozitivne učinke na samo poslovanje, također u Hrvatskoj od strane vlasti dolazi sve više naputaka da se sve više građana i poduzeća prilagode i počnu funkcionirati na ovakav način što bi omogućilo efikanost i brža pokretnost novčanih tijekova.

Elektronička se plaćanja značajno povećala među potrošačima u nekim zemljama s rastućim tržištem. Većina tih tržišta već dugo rade na izgradnji infrastrukture za elektronske isplate. Potrebno je osigurati pristupačne i široko rasprostranjene financijske proizvode, "živjeti" i konkurentno tržište za trgovce, kao i transparentno i produktivno poslovno okruženje. Vrijednosti koje proizlaze iz prebacivanja na elektronske isplate su brojne:²⁰

- potencijalno veći porezni prihod
- smanjenje troškova za obradu gotovine
- zajamčena isplata trgovcima
- Smanjivanje sive ekonomije zbog malog broja neprijavljenih gotovinskih transakcija
- Veća financijska uključenost.

Hrvatska se prilagodila europskim direktivama ulaskom u Europsku Zajednicu, prihvatila je napredne trendove koji se sve više prihvaćaju i u drugim izvan europskim zemljama.

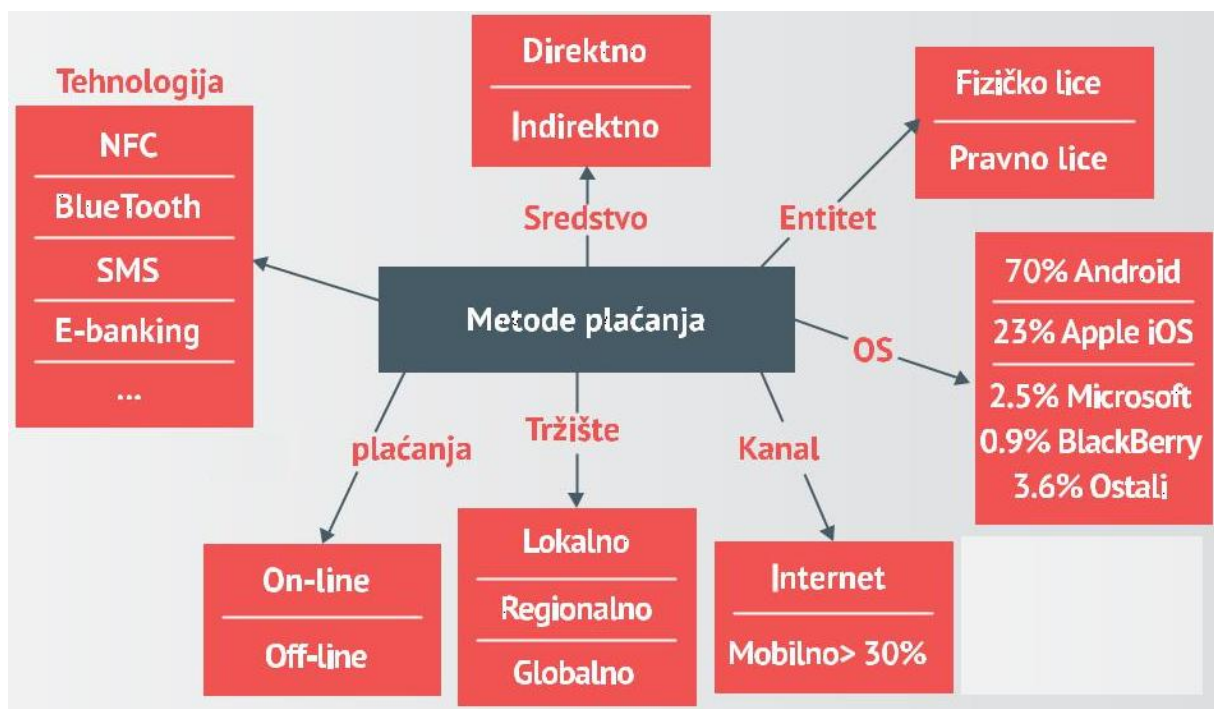
²⁰ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/green-paper-mobile-health-mhealth> (posjećeno, 01.08.2018.)

Ovakav način poslovanja mijenja politiku plaćanja od korijena šta se tiče europskih zemalja, ponajviše zbog kretanja ljudi unutar Europske Zajednice, pa je tako olakšani platežni proces unutar EZ. Direktive Europske Zajednice su usmjerene k tome da se integrira europsko tržište kako bi financijski sektor lakše funkcionirao prilikom trgovinskom poslovanja, samim time se nalaže i uvedba službene valute Europske Zajednice kako bi još lakše sve zemlje prihvatile ovakav način poslovanja kao što je to primjer u Hrvatskoj.

U sljedećem dijelu rada navest će se i metode plaćanja u RH.

4.6. Načini plaćanja u RH

Plaćanja se mijenjaju tako da su iz industrije definirane zatvorenim standardima i ograničen pristup postaje industrija u kojoj je otvorenost glavni pokretač uspjeha. Plaćanja imaju tri dimenzije koje su uvijek prisutne - tehnologija, model poslovanja i povjerenje. Bez svih triju dimenzija nema brzih ili sigurnih plaćanja. Tehnologija je osnova za sve vrste plaćanja, ali je osobito važna za e-trgovinu.



Slika 3: Prikaz korištenja sustava.

Plaćanja su narasla od onih visoko integriranih s bankarskim uslugama na materijalno nezavisne usluge. Danas mnogi trgovci i potrošači pružaju usluge plaćanja nezavisnim kanalima, a raspravlja se o važnosti prihvaćanja platnih kartica za bankarstvo. Sve je više prihvaćeno i prihvaćeno je da banke nisu jedini pružatelji usluga platnog prometa. Elektronički platni sustavi omogućuju financijskim institucijama, tvrtkama i vladinim agencijama da pružaju svojim klijentima niz mogućnosti plaćanja.²¹

Ti sustavi uključuju automatizirane brojače, debitne kartice, kreditne kartice, mobilno bankarstvo i plaćanje računa putem telefona. Tradicionalni sustavi platnog prometa uglavnom ovise o ograničenom broju poslovnica na različitim lokacijama. Ovo je ograničena pokrivenost svih klijenata. Međutim, korištenjem internetskih usluga, sustavi e-plaćanja dostupni su velikim brojem klijenata.²²

Postoje različite metode plaćanja. Nijedna od tih podjela nije općenito prihvaćena, a razlog za to je postojanje različitih interesnih skupina, od kojih su neki jači od drugih. Kao primjer možemo naznačiti snagu brandova kao što su Visa ili MasterCard, koji predstavljaju dva dominantna platnog sustava. Stoga su metode plaćanja najčešće podijeljene na plaćanja putem platnih kartica i alternativnih načina plaćanja.

4.7. Mobilno plaćanje u RH

Mobilno plaćanje jedan je od načina plaćanja koji zahtijeva upotrebu mobilnog uređaja za potvrdu identiteta kupca. Kod nekih od njih naplata se obavlja putem računa za mobitel preko mobilnog operatera (izravna naplata mobilnih operatera npr tzv. postpaid računi).

Mobilna plaćanja spadaju u sljedeće kategorije:²³

1. Izravna isplata mobilnih operatera

²¹ <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/green-paper-mobile-health-mhealth> (posjećeno, 01.08.2018.)

²² Ibid.

²³ Ibid.

2. mobilne e-novčanike
3. Plaćanja putem aplikacije
4. Premium SMS
5. NFC (bežična tehnologija kratkog dometa).

S razvojem pametnih telefona i aplikacija na mrežnim trgovinama, izravna naplata mobilnih operatera postaje sve važnija. To je jednostavna i brza metoda plaćanja gdje kupci samo trebaju dati broj mobitela da bi izvršili plaćanje, tako da je pogodna za kupnju digitalne robe.

S druge strane, to su zatvorene mreže jer trgovac i korisnik moraju biti registrirani kod istog mobilnog operatera.

Direktna naplata mobilnih operatera, koja je počela upotrebljavati prije nekoliko godina za kupnju melodija i postera daleko je napredovala. Danas, za-hvaljujući razvoju pametnih telefona, izravna naplata mobilnih operatera je postala lakši način za programere ostvariti zaradu od svojih aplikacija i moćno sredstvo za mobilne operatere da ugrabe svoj dio kolača od "tržišta mobilnih aplikacija" čija je vrijednost procijenjena na 25 milijarde dolara. Izravna naplata mobilnih operatera omogućuje svojim pretplatnicima prijenos troškova kupnje digitalne robe na njihov mjesečni telefonski račun.

U tome im pomažu i pružatelji usluga koji su povezani u sustave naplate operatera diljem svijeta, čime se milijarde potrošača povezuju da bi na brz i jednostavan način obavili mobilna plaćanja.

Broj mobilnih e-novčanica kao metoda plaćanja povećan je u posljednjih nekoliko godina, ali vrlo malo je uspjelo postići globalni doseg. Većina njih funkcionira samo na njihovom lokalnom tržištu. Primjeri su: Boku, MoPay, Zong, Zapp, SEQR, znap (MPayME), Pingitore i PayBox. Postoji vrlo mala razlika između ovih metoda plaćanja i digitalnih novčanika opisanih u odjeljku.²⁴

Plaćanja u aplikaciji odnose se na mogućnost da pametni telefoni i mobilni uređaji nude prilikom prodaje proizvoda i usluga u određenoj aplikaciji. Ova funkcija otvorila je mnoga tržišta za razne proizvođače mobilnih aplikacija. In-app funkcionalnosti za plaćanje mogu

²⁴ <http://www.poslovni.hr/tag/mobilno-placanje-placanje-mobitelom-15719>, (posjećeno 06.08.2018.)

imati brojne forme kod različitih aplikacija, koristiti različite metodologije, imati različite funkcionalne karakteristike i mogu biti različito integrirani na sučelje.

SMS plaćanja za robu i usluge su plaćanja putem SMS poruke poslane s mobilnog telefona. Oni funkcioniraju kao standardne SMS poruke. S SMS sustavom plaćanja, gost šalje poruku da plati predmet ili uslugu. Davatelj usluga obavlja transakciju između kupca i prodavatelja. Mobilni operater dodaje troškove kupnje na mjesečni račun kupca ili sa njegovog unaprijed dopunjenog računa (prepaid) skida odgovarajući iznos. Korištenjem SMS plaćanja, korisnici mobilnih telefona mogu na siguran, brz i siguran način platiti trgovcima, platiti robu i usluge, stvarne ili virtualne, kao i da uplate depozit ili pošalju novac.

Prednosti koje proizlaze iz usvajanja e-plaćanja od strane državne uprave su brojne:²⁵

- Smanjenje gužve u uredima - postoji opcija za smanjenje e-plaćanja - bit će gužve na šalterima i uredima,
- Novčani tokovi - sposobnost prihvaćanja e-plaćanja nudi mnoge financijske prednosti: sredstva su dostupna brže, administracija se smanjuje, plaćanja se brže a kraća razdoblja naplate i plaćanja šalju brže nego putem drugih načina plaćanja;
- zaštita prirode - prednost prihvaćanja e-plaćanja nije ograničena samo na financijsku dobit i učinkovitost - prihvaćanje e-plaćanja ima mnogo pozitivnih učinaka na okoliš,
- Povećanje učinkovitosti - e-plaćanja omogućuju državnim vlastima uštedu novca, povećavaju učinkovitost i optimiziraju vrijeme zaposlenika - kako bi ih oslobodili od rješavanja ručnih transakcija;
- Zadovoljstvo kupaca - Uz dostupnost fleksibilnih i raznolikih mogućnosti plaćanja, državna će tijela moći pružiti brojne pogodnosti građanima. Može se reći da je prihvaćanje on-line plaćanja u današnjem vremenu bolje nego praktičnost. Sve više klijenata očekuje da će moći vidjeti podatke o naplati i izvršiti plaćanja na mreži.

S druge strane imamo i pozitivne učinke na potrošače, odnosno klijente koji se odluče za ovakav način funkcioniranja.

²⁵ <http://www.poslovni.hr/tag/mobilno-placanje-placanje-mobitelom-15719>, (posjećeno 06.08.2018.)

Potreba za zadovoljavanjem potrošača dovela je do kretanja u razvoju novih mehanizama plaćanja. Izazovi s kojima se potrošači suočavaju kada je riječ o elektroničkim plaćanjima su:²⁶

- Sigurnost,
- Brzina i jednostavnost korištenja
- zaštita u slučaju žalbe
- raznolikost i dostupnost različitih načina plaćanja.

To su također izazovi za trgovce, banke i državne institucije. Stoga se ta pitanja trebaju rješavati na najvišoj razini - putem propisa, direktiva i inicijativa, kako na razini EU, tako i na razini država članica.

²⁶ Ibid.

5. ZAKLJUČAK

U ovom radu definirali smo nekoliko pojmova, ali isto tako se cijelim radom definirala problematika mobilnog plaćanja u Republici Hrvatskoj. Danas, većina ljudi u Hrvatskoj posjeduje neki pametni uređaj pomoću kojeg može instalirati aplikaciju i vršiti novčane transakcije, također isto tako i poduzeća imaju takav način poslovanja.

Poduzeća i poslovni subjekti moraju se prilagođavati nastalim promjenama i trendovima kako bi se prilagodili i tržištu u kojem djeluju. Mobilne aplikacije nude brojna rješenja i pojednostavljuju život te se svaki dan uvode nove opcije.

Korisnik može putem svog mobilnog uređaja može riješiti svoje poslovne obveze u nekoliko minuta, odnosno podmiriti svoje financijske stavke što mu zauzvrat skraćuje trošak i papirologiju. Razvojem Interneta koji nudi široku lepezu raznih mogućnosti, razvila se i e-trgovina koja omogućuje potrošačima kupovinu proizvoda iz čitavog svijeta u udobnosti vlastitog doma putem stolnih ili prijenosnih računala. Daljnjim razvojem mobilne tehnologije i mobilnog Interneta, dolazi do pojave mobilne trgovine koja je omogućila potrošačima da kupuju putem svojih pametnih telefona sa bilo kojeg mjesta, u bilo koje vrijeme. S obzirom kako živimo ubrzano i kako je vrijeme ključna stavka u privatnom i poslovnom životu, ovaj oblik kupovine se sve više primjenjuje s obzirom da smanjuje vrijeme potrebno za kupovinu, nudi mogućnosti za uspoređivanje cijena i karakteristika proizvoda, a samim time i za uštedu novca.

Može se zaključiti da je Hrvatska na dobrom putu da iskoristi prednosti svih elektroničkih načina plaćanja. Korištenje novih tehnologija od strane potrošača razlog je što se globalna mobilna plaćanja brzo šire u poslovnoj zajednici. Najvažnija zadaća svih trgovaca je da su potrošači zadovoljni.

Važnost mobilnog poslovanja se ogledava kroz cjelokupno državno poslovanje, odnosno olakšavanje poslovanja među državom i poslovnim subjektima, kao i običnih ljudi prema poslovnim subjektima. Danas je u Hrvatskoj dosta stvari olakšanom ovakvim načinom poslovanja, pa za primjer samo parkiranje je u većini hrvatskih gradova riješeno putem aplikacije, također i neke druge usluge koje su nam svakodnevno dostupne. Hrvatska je ulaskom u Europsku Zajednicu prihvatila direktive pomoću kojih Europska Zajednica želi integrirati svoj teritorijalni, odnosno financijski prostor kako bi došlo do što lakšeg poslovanja

među samim članicama Europske Zajednice što bi omogućilo bolje financije učinke na svako gospodarstvo, pa tako i Hrvatsko. Mobilna plaćanja su budućnost svake zemlje jer rješava pustu papirologiju, administraciju i trošak resursa. Što je za svako društvo, privatno ali i poslovno velika stvar, pa se danas vrlo lako može poslovati i vršiti transakcije diljem svijeta, a pogotovo Europske Zajednice kojoj Hrvatska pripada, vidljiv je konstantni rast sve veće uporabe mobilnog plaćanja.

SAŽETAK

U ovom radu definirala se problematika mobilnog plaćanja u Republici Hrvatskoj. Danas, većina ljudi u Hrvatskoj posjeduje neki pametni uređaj pomoću kojeg može instalirati aplikaciju i vršiti novčane transakcije, također isto tako i poduzeća imaju takav način poslovanja. Korisnik može putem svog mobilnog uređaja može riješiti svoje poslovne obveze u nekoliko minuta, odnosno podmiriti svoje financijske stavke što mu zauzvrat skraćuje trošak i papirologiju. Može se zaključiti da je Hrvatska na dobrom putu da iskoristi prednosti svih elektroničkih načina plaćanja. . Mobilna plaćanja su budućnost svake zemlje jer rješava pustu papirologiju, administraciju i trošak resursa.

SUMMARY

In this thesis the problem of mobile payment in the Republic of Croatia had been defined. Nowadays most of the people in Croatia use some kind of smart device where they can install an application and carry out monetary transactions. Companies are taking care of their business in the same manner. The customer can take care of their business through their smartphone in just a few minutes. It means they can take care of their payments and in that way cut the cost and paperwork. In conclusion, Croatia is on the way to utilize the advantage of all electronic means of payment. Mobile means of paying is the future of every and each country because it deals with unnecessary paperwork, administration and recourse costs.

KLJUČNE RIJEČI

- Mobilno poslovanje
- Vrste mobilnih plaćanja
- Načini plaćanja u RH

KEY WORDS

- Mobile business
- Types of mobile payment
- Ways of payment in Republic of Croatia

LITERATURA

1. Brumec, S.: Magistarski rad - „Razvoj mobilnih informacijskih sustava“, 2008.,
2. Jakovčić, L. (2013), Elektroničko plaćanje, Veleučilište u Rijeci, Rijeka,
3. Mišković, I., Holodkov V., Radin, I. (2015.) –Upotreba mobilnih aplikacija u turizmu,
4. Panian, Ž.: Elektroničko poslovanje druge generacije, Kolo 1., svezak 1., Biblioteka Informatika, Ekonomski fakultet Zagreb, Zagreb, 2011.,
5. Scott, D. M. (2009). Nova pravila interneta i PR-a. John Wiley & Sons, Hoboken, Yersey
6. Solomon, M.R., Bambossy, G., Askegaard,S., Hogg, M.K., (2015) Ponašanje potrošača, europska slika, MATE d.o.o. Zagreb, Zagreb
7. Zavišić, Ž., Lovreković, T., (2016.) Zbornik radova druge međunarodne znanstveno-stručne konferencije "Fedor Rocco" iz područja komunikacija i marketinga, Zagreb, Visoka poslovna škola Zagreb s pravom javnosti,