

Kreditne kartice kao globalno sredstvo plaćanja u turizmu

Komljen, Filip

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Pula / Sveučilište Jurja Dobrile u Puli**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:137:534975>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-22**



Repository / Repozitorij:

[Digital Repository Juraj Dobrila University of Pula](#)



Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

FILIP KOMLJEN

**KREDITNE KARTICE KAO GLOBALNO
SREDSTVO PLAĆANJA U TURIZMU**

Diplomski rad

Pula, 2022.

Sveučilište Jurja Dobrile u Puli
Fakultet ekonomije i turizma
„Dr. Mijo Mirković“

FILIP KOMLJEN

**KREDITNE KARTICE KAO GLOBALNO
SREDSTVO PLAĆANJA U TURIZMU**

Diplomski rad

JMBAG: 0303072570, redoviti student

Studijski smjer: Management i poduzetništvo

Predmet: Odabrane teme trgovačkog, financijskog i radnog prava

Znanstveno područje: Društvene znanosti

Znanstveno polje 1: Ekonomija

Znanstvena grana 1: Trgovina i turizam

Znanstveno polje 2: Pravo

Znanstvena grana 2: Trgovačko pravo i pravo društava

Mentor: doc. dr. sc. Oliver Radolović

Pula, rujan 2022.



IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Ja, dolje potpisani _____ Filip Komljen _____, kandidat za magistra ekonomije/poslovne ekonomije ovime izjavljujem da je ovaj Diplomski rad rezultat isključivo mogega vlastitog rada, da se temelji na mojim istraživanjima te da se oslanja na objavljenu literaturu kao što to pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da niti jedan dio Diplomskog rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz kojega necitiranog rada, te da ikoji dio rada krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za koji drugi rad pri bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili radnoj ustanovi.

Student

U Puli, _____, _____ godine



IZJAVA

o korištenju autorskog djela

Ja, _____ Filip Komljen _____ dajem odobrenje Sveučilištu Jurja Dobrile

u Puli, kao nositelju prava iskorištavanja, da moj diplomski rad pod nazivom _____ Kreditne kartice kao globalno sredstvo plaćanja u turizmu _____ koristi na način da gore navedeno autorsko djelo, kao cjeloviti tekst trajno objavi u javnoj internetskoj bazi Sveučilišne knjižnice Sveučilišta Jurja Dobrile u Puli te kopira u javnu internetsku bazu završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice (stavljanje na raspolaganje javnosti), sve u skladu s Zakonom o autorskom pravu i drugim srodnim pravima i dobrom akademskom praksom, a radi promicanja otvorenoga, slobodnoga pristupa znanstvenim informacijama.

Za korištenje autorskog djela na gore navedeni način ne potražujem naknadu.

U Puli, _____ (datum)

Potpis

Sadržaj

1.	UVOD.....	1
2.	PLATNE KARTICE.....	3
2.1.	Povijesni razvoj kartičnog tržišta	3
2.2.	Vrste platnih kartica	4
2.2.1.	Debitna kartica	5
2.2.2.	Kreditna kartica	5
2.2.3.	Prepaid kartica	6
2.3.	Trendovi razvoja kartične industrije	8
2.4.	Kartično poslovanje u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji.....	9
2.5.	Transakcije platnim karticama u Republici Hrvatskoj	11
2.6.	Zlouporaba platnih kartica	16
2.6.1.	Libanonska petlja	16
2.6.2.	Krađa podataka – skimming.....	17
2.6.3.	Phishing i vishing	17
2.6.4.	Postavljanje lažnih samouslužnih uređaja.....	18
2.6.5.	CNP – zlouporaba	18
2.6.6.	Izrada krivotvorenih kartica	18
3.	KREDITNE KARTICE U TURIZMU.....	19
3.1.	Kreditna kartica u ulozi globalnog sredstva plaćanja.....	19
3.2.	Vrste kreditnih kartica	21
3.3.	Pogodnosti kreditnih kartica	22
3.4.	Tehnološki izazovi kartične industrije	23
3.5.	Pravni odnosi u sustavu kreditnih kartica	24
3.5.1.	Ugovor između izdavatelja i trgovca ili davatelja usluga	24
3.5.2.	Ugovor između izdavatelja i korisnika kreditne kartice	26

3.5.3.	Ugovor između korisnika kreditne kartice i trgovca ili davatelja usluga	27
3.5.4.	Ugovor između inozemnog organizatora i nacionalnog izdavatelja	27
3.6.	Zakonodavni okvir korištenja kreditnih kartica	28
3.7.	Razvoj kreditnih kartica u Republici Hrvatskoj	32
4.	GLOBALNE KARTIČNE ORGANIZACIJE	34
4.1.	American Express	34
4.2.	Diners Club	36
4.3.	VISA	37
4.4.	MasterCard	39
5.	BESKONTAKTNO PLAĆANJE KARTICAMA U TURIZMU I MODERNE METODE	41
6.	ANALIZA KARTIČNOG POSLOVANJA NA PRIMJERU ARENA HOSPITALITY GROUP D.D.	45
6.1.	Vrijednost kartičnih transakcija u 2019. godini	46
6.2.	Vrijednost kartičnih transakcija u 2020. godini	49
6.3.	Vrijednost kartičnih transakcija u 2021. godini	51
6.4.	Vrijednosti transakcija učinjenih American Express karticama	52
6.5.	Vrijednosti transakcija učinjenih Diners Club karticama	54
6.6.	Vrijednosti transakcija učinjenih MasterCard karticama	55
6.7.	Vrijednosti transakcija učinjenih VISA karticama	57
6.8.	Vrijednosti transakcija učinjenih Maestro karticama	58
7.	ZAKLJUČAK	60
8.	LITERATURA	62
9.	PRIVITCI	64
	SAŽETAK	67
	SUMMARY	67

1. UVOD

Kreditne kartice su danas jedno od najrasprostranjenijih i najkorištenijih sredstva plaćanja. Ono što ih čini takvima jest jednostavnost njihova korištenja, kao i činjenica da se na kreditnu karticu može gledati kao na nekakav kratkoročni kredit. Upravo zbog njihovih karakteristika, često su korištene i u turizmu. Mnoge banke diljem svijeta surađuju s globalnim kartičnim organizacijama kao što su VISA, MasterCard, American Express i Diners Club, pa su tako i kartice koje one izdaju općeprihvaćene u hotelima, turističkim agencijama, ugostiteljskim objektima i trgovačkim centrima diljem svijeta.

Ovaj diplomski rad obrađuje ulogu kreditne kartice kao globalnog sredstva plaćanja u turizmu, a njegov cilj je uvidjeti koje su to sve karakteristike koje posjeduje kreditna kartica i koje pogodnosti njezino korištenje donosi, da je zbog toga ona postala jedno od najčešće korištenih sredstava za plaćanje u turizmu. Specifičnost za uporabu iste u turizmu čini napose njezina jednostavnost, smanjivanje rizika nošenja gotovine i međunarodni karakter pravnih odnosa koji su uz pojam i korištenje iste vezani.

Rad se sastoji od sedam glavnih poglavlja. U uvodu je ukratko objašnjena tema rada, cilj te sama struktura rada. Drugo poglavlje odnosi se općenito na platne kartice. U ovom dijelu naveden je povijesni razvoj kartičnog poslovanja, vrste platnih kartica, trendovi razvoja kartične industrije, a zatim su, uz primjere i statističke podatke, prikazani kartično poslovanje u Republici Hrvatskoj i ostalim državama članicama Europske Unije te transakcije koje su učinjene platnim karticama u Republici Hrvatskoj. Na kraju ovog poglavlja objašnjeni su različiti načini i metode zlouporabe platnih kartica.

Treće poglavlje govori o uporabi kreditnih kartica. Najprije je opisana uloga kreditne kartice kao globalnog sredstva plaćanja, navedene su vrste kreditnih kartica i njihove pogodnosti, kao i nedostaci. Nadalje su prikazani tehnološki izazovi kartične industrije, a zatim objašnjeni pravni odnosi u sustavu kreditnih kartica te su navedena četiri najčešća ugovorna odnosa. Poslije toga, opisan je zakonodavni okvir korištenja kreditnih kartica, gdje su izdvojeni najvažniji dijelovi Zakona o platnom prometu. Treće poglavlje završava razvojem kreditnih kartica u Republici Hrvatskoj.

Četvrto poglavlje bavi se globalnim kartičnim organizacijama, American Expressom, Diners Clubom, VISA-om i MasterCardom.

Peto poglavlje donosi analizu kartičnog tržišta u turizmu i ugostiteljstvu na primjeru hotelske grupacije Arena Hospitality Group d.d. Analizirani su podatci o kartičnim transakcijama u 2019., 2020. te 2021. godini. Zatim su uspoređene kartične transakcije svih triju godina prema transakcijama učinjenim od različitih globalnih kartičnih organizacija, konkretno su navedene American Express, Diners Club, MasterCard, VISA i Maestro.

Na kraju rada donesen je zaključak u kojem je istaknuta sinteza rada, ključni podaci i tvrdnje te spoznaje i zaključci do kojih se došlo nakon analize podataka.

2. PLATNE KARTICE

Platna kartica se može definirati kao „platni instrument koji omogućuje njezinu imatelju izvršenje plaćanja robe i usluga bilo preko prihvatnog uređaja ili na daljinu i/ili koji omogućuje podizanje i polaganje gotovog novca i/ili korištenje drugih usluga na bankomatu ili drugim prihvatnim uređajima te prijenos novčanih sredstava, a koje omogućuje iniciranje platne transakcije i njezino izvršavanje u sklopu kartične platne sheme.“¹

2.1. Povijesni razvoj kartičnog tržišta

Teško je reći kada se točno pojavila prva kartica u svijetu. Postoje podaci da se u Europi koristila od čak 1890. godine, dok je u Sjedinjenim Američkim Državama njezino korištenje započelo oko 1920. godine. Tamo su je prvi počeli izdavati hotelski lanci i trgovački centri.²

Kreditna kartica kao sredstvo kratkoročnog financiranja i bezgotovinskog plaćanja pojavila se prije Drugog svjetskog rata, a tek se pojavom interneta njezina uporaba počela širiti cijelim svijetom.³

Prve klasične platne kartice javljaju se još u pedesetim godinama prošlog stoljeća, kada je Diners predstavio svoju prvu charge karticu. Prije otprilike 70 godina, Frank McNamara dobio je ideju o kreditnoj kartici. Naime, ideja mu je sinula kada je jedne večeri sa svojim prijateljima večerao u jednom elitnom restoranu u New Yorku, te nije imao dovoljno novaca za platiti večeru pa je došao na ideju da večeru plati komadom kartona. Iste te godine, 1950. sa svojim je prijateljima osnovao Diners Club, prvu neovisnu kompaniju za kreditne kartice u svijetu. Kada su osnivači uspjeli uvjeriti vlasnike restorana, hotela i ostale pružatelje usluga da prihvate komad kartona ili kartice kao jedno od sredstva plaćanja, usluga je postala toliko popularna da je Diners Club 1951. godine imao već 420.000 članova. Upravo zahvaljujući karticama, smanjuje

¹ Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, Zagreb, Hrvatska narodna banka, 2018., str. 21.

² Ledinek, S. „Povijest kreditnih kartica“, Infografika, 2014. – dostupno na: <https://www.racunalo.com/povijest-kreditnih-kartica-infografika/>

³ ibidem

se i rizik nošenja gotovine, a s obzirom da to postaje univerzalno sredstvo plaćanja produljuje se i radno vrijeme bankarstva 0-24. Kartica je praktički postala svjetska valuta i toliko je proširena da se danas MasterCard i Visa kartice prihvaćaju u više desetaka milijuna prodajnih i uslužnih mjesta, u preko 200 zemalja svijeta.⁴

„Neki od značajnih događaja vezanih uz kartično poslovanje su⁵:

- 1950. – Diners predstavio prvu charge karticu
- 1958. – Bank of America predstavila prvu bankovnu karticu (Bank Americard)
- 1965. – Eurocard ustanovljen u Belgiji
- 1967. – osnovana Međubankarska kartična organizacije (Interbank Card Association) od strane američkih banaka
- 1968. – Interbank Card Association (ICA) i Eurocard oformili savez
- 1974. – osnovan Eurocheque International
- 1977. – Bank Americard postala Visa International
- 1979. – ICA postaje MasterCard International
- 1988. – MasterCard postaje dioničar u Eurocard International & EPSS
- 1992. – Eurocard, Eurocheque & EPSS su se spojili u Europay International
- 2003. – Europay International nestaje u spajanju s MasterCard International i postaje MasterCard International”

2.2. Vrste platnih kartica

Danas se sve platne kartice mogu podijeliti na kontaktne i beskontaktne. Kontaktna kartica se koristi na način da se umetne ili provuče kroz POS uređaj. Ona sadrži sve podatke i zapise na magnetnoj traci ili na čipu. Beskontaktna kartica ima sve karakteristike kao i kontaktna, s time da ima i dodatnu mogućnost beskontaktnog plaćanja. Ono se vrši tako da se kartica približi POS uređaju koji posjeduje čitače za očitavanje beskontaktnih kartica.⁶

⁴ Erste Bank, *Priča o nastanku kartice* – dostupno na: <https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo/racuni-i-kartice/kartice/o-bankovnim-karticama>

⁵ loc.cit.

⁶ D. Vesković, *Znanje i iskustva građanstva o kreditnim karticama*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2019., str. 13

Platne kartice mogu se podijeliti prema dospijeću i podmirenju troškova, odnosno prema trenutku kada vlasnik kartice podmiruje određeni iznos napravljenih troškova po platnoj kartici. Pa se tako one dijele na debitne (plaćanje odmah), kreditne (plaćanje kasnije) i *prepaid* kartice (plaćanje unaprijed).⁷

2.2.1. Debitna kartica

Debitne kartice, koje se još nazivaju i bankomat kartice, predstavljaju bezgotovinsko sredstvo plaćanja. To je kartica koju banka izdaje vlasniku tekućeg ili deviznog računa kako bi on mogao upravljati sa svojim sredstvima bez obzira na radno vrijeme poslovnice banke. Debitnom karticom klijent može podizati gotovinu na bankomatu te plaćati robu i usluge u trgovačko-uslužnoj mreži. Korištenjem ove kartice pripadni tekući ili devizni račun tereti se za učinjeni trošak odmah nakon što je obavljeno plaćanje uz uvjet da na računu postoji pokriće. Pokriće na računu uključuje i iznos neiskorištenog dopuštenog prekoračenja. Dnevni limit troška s debitne kartice određuje banka koja je izdala karticu te je on općenito manji nego kod kreditnih kartica i najčešće ovisi o pravilu na pripadajućem bankovnom računu.⁸

Debitna kartica koju izdaje banka je u pravilu vezana uz tekući ili žiroračun, pa je tako omogućeno plaćanje i podizanje gotovine do iznosa sredstava na računu, uključujući i iznos odobrenog dopuštenog limita na računu. To znači da se pri korištenju debitne kartice za podizanje gotovine ili za plaćanje robe i usluge sredstva skidaju direktno s računa. Banka koja je izdala debitnu platnu karticu većinom ne naplaćuje naknadu ako se kartica koristi na njezinim bankomatima, međutim ako se koristi na bankomat drugih izdavatelja, onda se naknada najčešće naplaćuje.⁹

2.2.2. Kreditna kartica

„Kreditna kartica dokazuje da je njezinom vlasniku odobrena kreditna linija koja omogućava vlasniku da kupuje ili podiže gotovinu do prethodno ugovorenoga

⁷ Erste Bank, Priča o nastanku kartice – dostupno na: <https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo/racuni-i-kartice/kartice/o-bankovnim-karticama>

⁸ M. Jelenski, M. Šuperina i J. Budiša, *Kriminalitet platnim karticama (krađa identiteta, krivotvorenje i zlouporaba platne kartice)*, Zagreb, Ministarstvo unutarnjih poslova RH, Policijska akademija Josip Budiša, 2013., str. 373

⁹ T. Valentić, *Kartično poslovanje*, Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2020., str. 20.

utvrđenog iznosa.“¹⁰ Odobreni kredit može u cijelosti biti isplaćen na kraju određenog razdoblja ili se može isplaćivati u ratama, pa se tada nepodmireni račun smatra odobrenim kreditom. Iznos kamate se zaračunava na iznos odobrenog kredita, vlasniku se ponekad može naplatiti i godišnja provizija. Pri kupnji vlasnik kartice mora samo potpisati račun te s takvim računom nastaje kreditna razmjena. Glavna razlika između kreditne i debitne kartice je ta da se iznos transakcije s debitne kartice skida odmah, dok se iznos s kreditne kartice skida nakon određenog razdoblja, u obrocima.¹¹

Za dobivanje kreditne kartice u većini slučajeva je potreban stalan izvor prihoda, a s kreditnim karticama se onda može plaćati i online, te se račun obično plaća jednom mjesečno. Vrlo su raširene u svojoj primjeni zato što su prihvaćene na velikom broju prodajnih mjesta u zemlji, ali i u inozemstvu, a u novije vrijeme se sve više koriste i u internetskim plaćanjima.¹²

Kreditne kartice dijele se na dvije vrste, a to su charge kreditna kartica i revolving kreditna kartica. Charge kreditna kartica je kartica čiji se utrošeni limit otplaćuje u jednom obroku, na primjer ukupna mjesečna potrošnja plaća se u sljedećem mjesecu. Revolving kreditna kartica je kartica čiji se utrošeni limit otplaćuje u više obroka, pa se tako na primjer ukupna mjesečna potrošnja dijeli na 12 mjesečnih rata. Izdavatelj ovakve kartice utvrđuje minimalni iznos te mjesečne rate.¹³

2.2.3. Prepaid kartica

„Prepaid“ kartice su platne kartice koje nisu vezane uz kreditni ili debitni račun. To su pravilu anonimne kartice koje glase na donositelja, no mogu se i personalizirati vezano za osobu. Radi se o unaprijed plaćenim karticama, odnosno o karticama koje su ili unaprijed denominirane za neki određeni iznos, kao što su na primjer telefonske

¹⁰ M. Jelenski, M. Šuperina i J. Budiša, *Kriminalitet platnim karticama (krađa identiteta, krivotvorenje i zlouporaba platne kartice)*, Zagreb, Ministarstvo unutarnjih poslova RH, Policijska akademija Josip Budiša, 2013., str. 374

¹¹ Ibidem

¹² T. Valentić, *Kartično poslovanje*, Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2020., str. 21.

¹³ M. Jelenski, M. Šuperina i J. Budiša, *Kriminalitet platnim karticama (krađa identiteta, krivotvorenje i zlouporaba platne kartice)*, Zagreb, Ministarstvo unutarnjih poslova RH, Policijska akademija Josip Budiša, 2013., str. 374

kartice, ili se na karticu izvršava uplata određenog iznosa kojim se onda raspolaže bezgotovinski, kao što su studentske kartice za hranu.¹⁴

Prepaid karticom ne može se kupovati s odgodom plaćanja, te ona nije vezana uz račun u kreditnoj instituciji (banci). Kako bi se prepaid kartica mogla koristiti, prethodno je potrebno na nju uplatiti određeni iznos sredstava koji se planira potrošiti. Nakon toga se ona može koristiti sve dok se uplaćena sredstva ne potroše, odnosno dok iznos na toj kartici ne dosegne nula.¹⁵

Tablica 1. Razlike između debitnih, kreditnih i prepaid kartica

DEBITNA KARTICA	KREDITNA KARTICA	PREPAID KARTICA
Potrebna provjera tekućeg računa	Potrebna provjera kreditne sposobnosti za kreditni limit	Bez provjere boniteta
Dopušteno prekoračenje	Kreditni limit	Bez posudbe ili duga
Kamate na dopušteno prekoračenje	Kamata na kreditni limit	Bez kamata
Naknada za vođenje tekućeg računa	Naknada za članarinu	Naknada za izdavanje ili po transakciji
Potrebne potpune informacije o korisniku	Potrebne potpune informacije o korisniku	Potrebne samo osnovne informacije o korisniku
Koriste se na svim mjestima koje prihvaćaju VISA, MasterCard, Maestro...	Koriste se na svim mjestima koje prihvaćaju VISA, MasterCard, Maestro...	Ako su kartice VISA, MasterCard ili Maestro, koriste se na svim mjestima koja prihvaćaju navedene
Koriste se na bankomatima	Koriste se na bankomatima	Ponekad se mogu koristiti na bankomatima
Mogu biti blokirane u slučaju krađe ili gubitka	Mogu biti blokirane u slučaju krađe ili gubitka	Mogu biti blokirane u slučaju krađe ili gubitka

izvor: A. Antičić i D. Jelaš, *Uporaba prepaid kartica s primjerima trgovine sportskim proizvodima*, Split, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, 2011., str. 2

¹⁴ Ibidem

¹⁵ T. Valentić, *Kartično poslovanje*, Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2020., str. 22

2.3. Trendovi razvoja kartične industrije

Kartična industrija zbog svojih specifičnosti, ali i propisa koje nalažu globalni platni sustavi, slijedi brzi razvoj novih tehnologija. To je dovelo do toga da svi izdavatelji međunarodno prihvaćenih kartica unaprjeđuju svoje poslovanje implementacijom čipova na svoje kartične proizvode. Razlozi za to su mnogobrojni, ali najvažniji je to da je poslovanje s karticom koja ima čip mnogo sigurnije od onoga s karticama koje imaju samo magnetnu traku, odnosno manja je zlouporaba kartica s čipovima. Još jedna pogodnost je ta da se na takvu karticu može pohraniti skoro 80 puta više podataka nego na onu s magnetnom trakom.¹⁶

Tako su mnogi izdavatelji kartica shvatili da nije više dovoljno osigurati svojim korisnicima samo osnovne usluge, već bi trebalo samu karticu učiniti atraktivnijom i drugačijom od ostalih na tržištu, pa se tako počinju uvoditi i razni oblici kartica koji se razlikuju od standardnih dimenzija. Također, s obzirom da je danas sve više popularna kupnja internetom, korisnici sve češće traže kartice putem kojih će moći i ostvariti takvu kupnju, pa tako neki izdavatelji i nude kartice koje su primarno namijenjene internetskoj kupovini.¹⁷

Kako bi se riješio problem zlouporabe kartica, MasterCard je osmislio SecureCode uslugu, koja otklanja dva glavna problema internet kupovine: brigu korisnika za sigurnost prilikom kupnje internetom i rizik trgovca koje je vezan uz jamstvo plaćanja. Također, pojedini izdavatelji Maestro i MasterCard kartica nude i uslugu slanja i primanja novca putem svojih kartica.¹⁸

Kako bi pospješili svoje poslovanje i bili ukorak sa suvremenim trendovima izdavatelji kartica se služe i raznim marketinškim kampanjama, kao što su nagradne igre za koje je, da bi se sudjelovalo, bilo potrebno poslati kod, a dobitnici bi osvojili MasterCard kartice na nagradne iznose.¹⁹

Mnoge banke počinju uvoditi uslugu mobilnog plaćanja, odnosno mogućnost plaćanja putem mobilnih telefona. Ovo je uveliko olakšalo plaćanje mnogim ljudima,

¹⁶ I. Šučur, *Tržište kartičnih proizvoda u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, PBZ Card d.o.o., 2007., str. 215-216

¹⁷ Ibidem, str. 216

¹⁸ Ibidem

¹⁹ ibidem

pogotovo turistima, jer da bi platili neku uslugu, dovoljan im je samo mobilni telefon, ne moraju se zamarati nošenjem gotovine ili kartica.

Prethodno navedeni primjeri su neki od uspješnih primjera implementacije novih tehnologija u kartično poslovanje, međutim izdavatelji su ti koji trebaju odabrati odgovarajuća rješenja koja su najbolja za uvjete na lokalnom tržištu.²⁰

2.4. Kartično poslovanje u Republici Hrvatskoj i Europskoj Uniji

Kartično poslovanje u Republici Hrvatskoj u posljednjih desetak godina je u konstantnom porastu te ima potencijal za još veći rast. Ipak, kroz zadnjih nekoliko godina je smanjenog intenziteta zbog pojave raznih kartičnih proizvoda i stupnja zasićenosti kartičnog tržišta.

Kartično poslovanje unutar Europske Unije je također u konstantnom porastu, što je vidljivo iz dostupnih podataka Europske Centralne Banke.²¹

²⁰ Ibidem, str. 217

²¹ Europska centralna banka – statistički podaci – dostupno na: <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001403>

Tablica 2. Broj izdanih kartica po stanovniku u Europskoj Uniji

	Cards with a cash function				
	2017	2018	2019	2020	2021
BE	2.0	2.1	3.1	3.6	3.7
BG	1.1	1.1	1.1	1.1	1.2
CZ	1.1	1.1	1.2	1.3	1.3
DK	1.6	1.6	1.7	1.6	1.6
DE	1.8	1.9	1.9	1.9	1.9
EE	1.4	1.4	.	1.4	1.4
IE	1.5	1.6	1.7	1.9	1.9
GR	1.4	1.5	1.5	1.6	1.7
ES	1.7	1.7	1.8	1.8	1.9
FR	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1
HR	2.1	2.1	2.2	2.1	2.2
IT	1.4	1.4	1.4	1.5	1.5
CY	1.4	1.5	.	1.5	1.6
LV	1.2	1.1	1.1	1.1	1.1
LT	1.2	1.2	1.2	3.6	3.6
LU	4.3	4.7	5.0	5.0	5.2
HU	0.9	0.9	0.9	0.9	0.9
MT	2.0	1.8	.	1.7	1.8
NL	1.8	1.8	1.9	2.0	2.1
AT	1.5	1.5	1.5	1.7	1.6
PL	1.0	1.0	1.1	1.1	1.1
PT	2.0	2.1	2.1	2.0	2.0
RO	0.8	0.9	0.9	1.0	1.0
SI	1.6	1.7	1.7	1.6	1.6
SK	1.0	1.1	1.1	1.1	1.1
FI	1.8	1.8	1.8	1.8	1.9
SE	1.6	1.7	1.7	1.7	1.6
Euro area	1.6	1.6	1.7	1.7	1.7
EU	1.5	1.5	1.5	1.6	1.6

Izvor: Europska centralna banka – statistički podaci – dostupno na:

<https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001403>

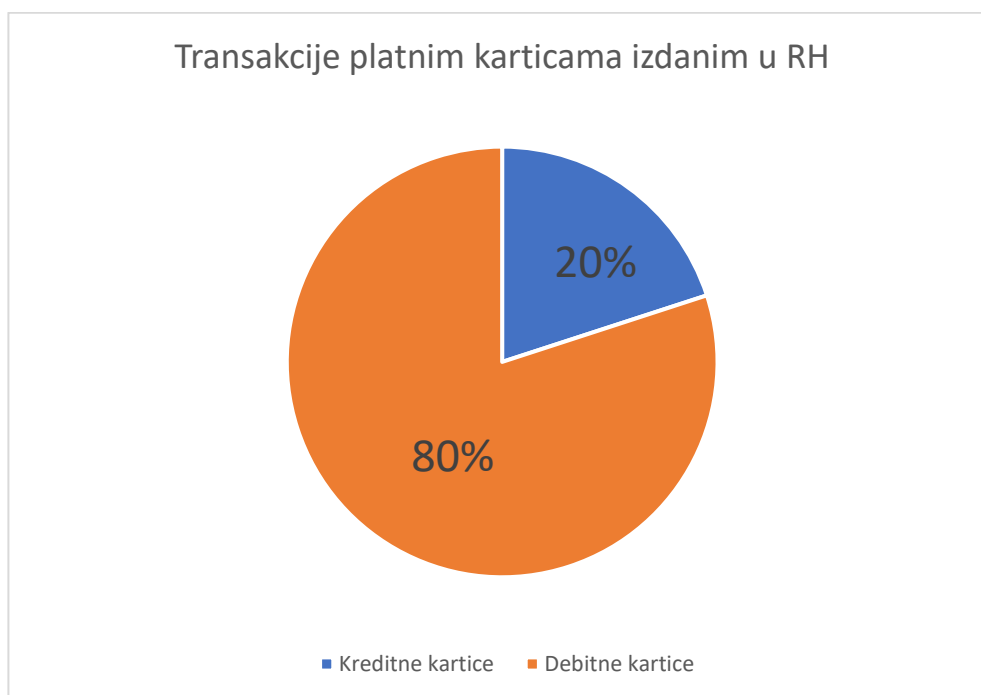
Prema ovim podacima Europske Centralne Banke prikazanih u Tablici 2, Republika Hrvatska je najbolje pozicionirana u usporedbi sa susjednim državama iz regije. Hrvatska je u posljednjih pet godina bila iznad europskog prosjeka od 1.5 kartica po stanovniku, te je u 2021. godini zabilježeno 2.2 kartice po stanovniku. Susjedna Slovenija pak ima rezultate u razini europskog prosjeka dok Mađarska ima niže rezultate koji su vidljivi u tablici i iznosi 0.9 kartica po stanovniku. Može se reći da je Hrvatska iznad zapadnoeuropskog prosjeka pa se može zaključiti da su građani stvorili nove navike vezane uz kupnju i način plaćanja. Otvaranje sve više novih prodajnih mjesta kao što su prodajni centri, hipermarketi i supermarketi, dovelo je do promjena

u načinu plaćanja, pa se tako sve više upotrebljava kartično plaćanje, a sve manje gotovinsko plaćanja.²²

2.5. Transakcije platnim karticama u Republici Hrvatskoj

Kroz analizu statističkog izvještaja o bezgotovinskim platnim transakcijama u Republici Hrvatskoj za 2021. godinu, vidljivo je da se preferiraju debitne kartice za razliku od kreditnih kartica, koje su dosta manje korištene.

Graf 1. Transakcije platnim karticama izdanim u Republici Hrvatskoj



Izvor: izrada autora prema Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>

Kroz 2021. godinu broj transakcija kreditnim karticama iznosio je 88.963.106, dok je broj transakcija debitnim karticama iznosio 355.980.943. Ovolika razlika u broju transakcija potkrjepljuje činjenicu da je vrijednost transakcija u velikom raskoraku. Primjerice, vrijednost transakcija debitnim karticama iznosi 59.742.390.772 kn, dok vrijednost platnog prometa kreditnih kartica iznosi 21.752.518.845 kn. Nadalje,

²² Europska centralna banka – statistički podaci – dostupno na: <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001403>

pregledom izvještaja transakcija platnim karticama izdanih unutar Republike Hrvatske vidljivo je da se preferiraju debitne kartice, a kreditne kartice se manje koriste.²³

Tablica 3. Broj platnih kartica izdanih u Republici Hrvatskoj prema vrsti kartice

VRSTA PLATNE KARTICE	BROJ PLATNIH KARTICA	UDIO
Debitna kartica	6.920.600	79%
Charge kartica	690.715	8%
Kartica s odgođenom naplatom	436.557	5%
Revolving kartica	391.889	4%
Kreditna kartica	181.410	2%
Ostalo/članska	101.556	1%
Ukupno	8.722.727	100%

Izvor: Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na:

<https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-karticne-transakcije>

Na dan 31. prosinca 2021. godine od ukupnog broja kartica najzastupljenije su debitne kartice kojih je ukupno 6.920.600, odnosno 79% od ukupnog broja platnih kartica. Nakon njih slijedi charge kartica s udjelom od 8%, zatim kartice s odgođenom naplatom s udjelom od 5% te revolving kartice s udjelom od 4%. kroz prikazane podatke u Tablici 3, vidljivo je kako se u Republici Hrvatskoj građani najviše oslanjaju na debitne kartice i kako su oni primarni odabir većine građana. Tome pridonosi i to što se debitne kartice mogu izdati i stanovnicima koji nemaju oblik stalnog prihoda za razliku od kreditnih kartica koje se uglavnom izdaju građanima koji imaju stalna primanja i koji su kreditno sposobni odnosno imaju pozitivnu kreditnu ocjenu.²⁴

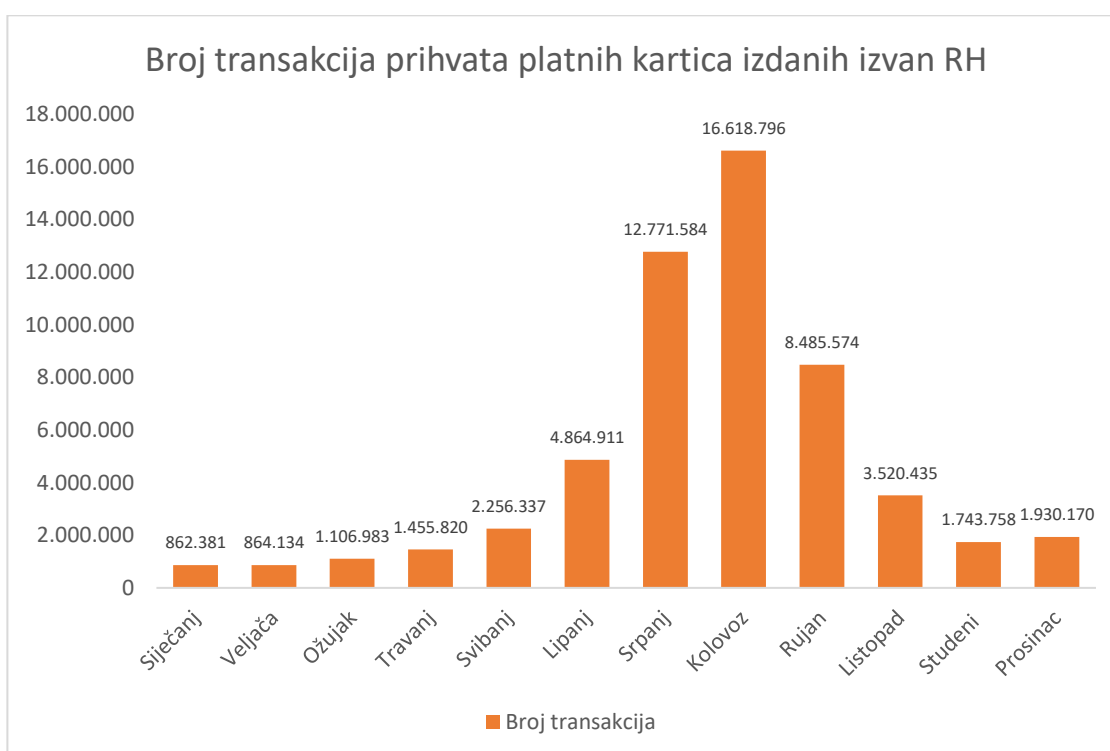
²³ Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>

²⁴ Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-karticne-transakcije>

Dalje analizirajući Tablicu 3, vidljiv je broj od 8.722.727 što prikazuje da prosjek izdanih kartica po stanovniku iznosi 2.24, uzeći u obzir najnoviji popis stanovništva Republike Hrvatske koji prikazuje kako Hrvatska ima 3.888.529 milijuna stanovnika.²⁵

Izdane kartice imaju različite statusse poput korištene, nekorištene i blokirane. Kroz dostupne podatke za 2021. godinu prosječni mjesečni broj korištenih platnih kartica iznosi 4,67 milijuna odnosno 52% od ukupnog broja izdanih platnih kartica za 2021. godinu. Vidljivo je kako se skoro polovina izdanih kartica ne koristi, točnije 41% kartica nije korišteno dok je 7% blokirano.²⁶

Graf 2. Broj transakcija prihvata platnih kartica izdanih izvan Republike Hrvatske



Izvor: izrada autora prema Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>

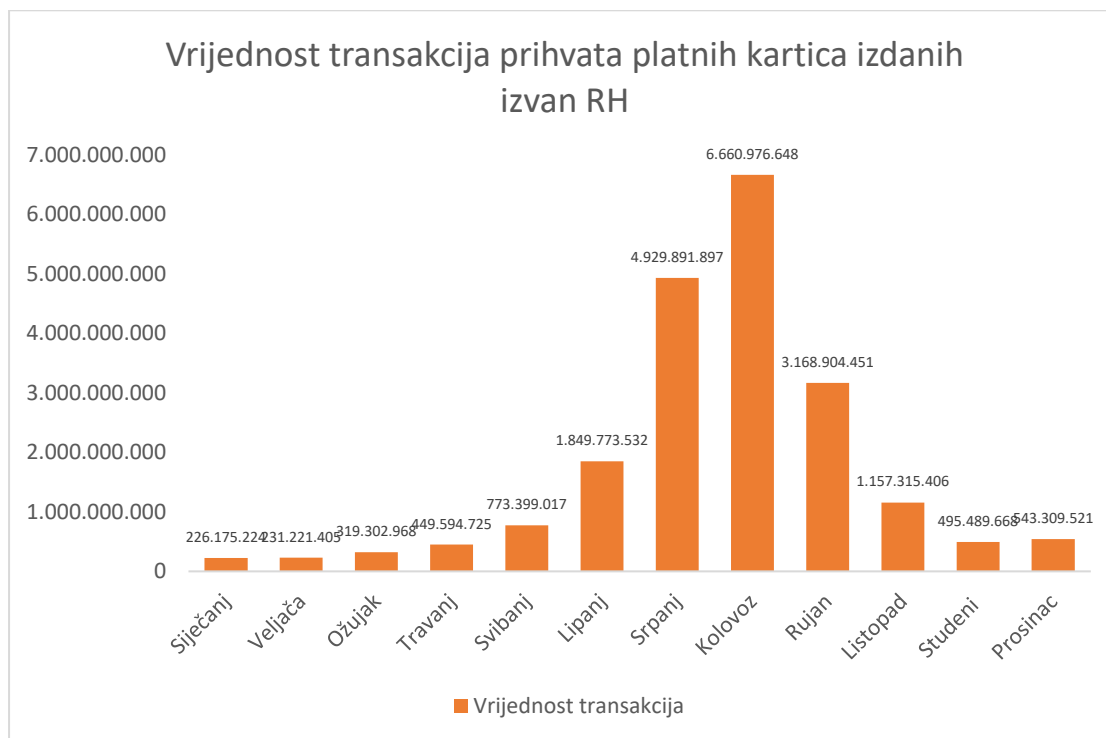
U detaljnom pregledu izvještaja o transakcijama platnih kartica izdanih izvan Republike Hrvatske vidljiv je umjereni porast broja transakcija u prvom kvartalu, kako se bliži turistička sezona, tako je u drugom kvartalu porast nešto veći, a zatim je u trećem kvartalu, kada traje turistička sezona, vidljiv ogroman porast broja transakcija.

²⁵ Državni zavod za statistiku - <https://podaci.dzs.hr/hr/>

²⁶ Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-karticne-transakcije>

U posljednjem kvartalu može se uočiti pad u broju transakcija, osim u mjesecu prosincu, gdje broj transakcija čak i neprimjetno raste, što je uzrokovano prisutnošću stranih državljana u Republici Hrvatskoj zbog godišnjih odmora i zimskog turizma.²⁷

Graf 3. Vrijednost transakcija prihvata platnih kartica izdanih izvan Republike Hrvatske



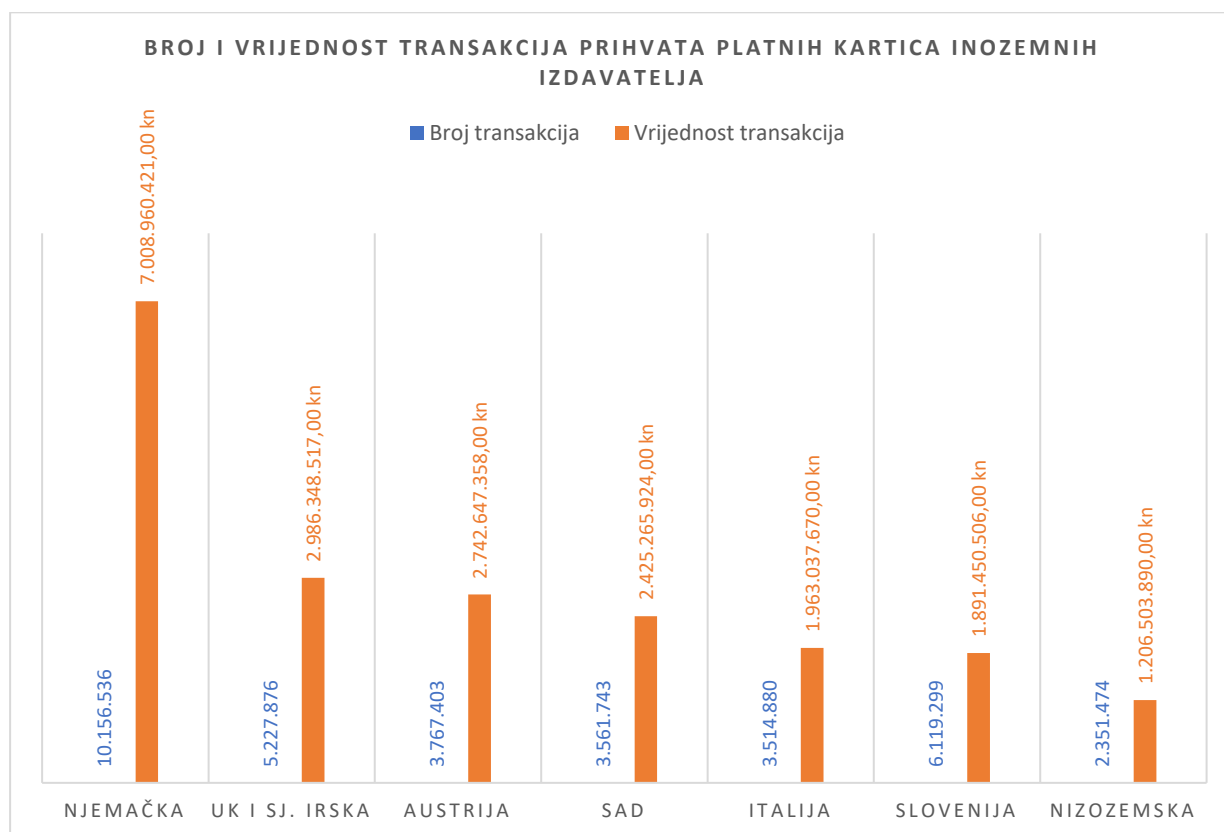
Izvor: izrada autora prema Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>

Na ovom grafu prikazana je vrijednost transakcija prihvata platnih kartica izdanih izvan Republike Hrvatske, koji simultano prati graf broja transakcija. Vrijednost transakcija također je u prvom dijelu godine u blagom porastu, te približavanjem sezone vrijednost se povećava i to čak trostruko. Kako sezona završava tako se vrijednost transakcija platnih kartica simultano smanjuje s brojem transakcija. Vrijednost transakcija završetkom godine je iznosila 20.805.354.482 kn što je nešto manje nego 2019. godine kada je iznosila 21.645.619.856 kn. Vidljivo je da se turizam kao glavna grana hrvatskog gospodarstva nije oporavio u potpunosti u usporedbi s 2019. godinom kada je turistička sezona bila na vrhuncu.

²⁷ Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>

Pojavom pandemije Covid-19 bolesti turistički sektor je zadobio veliki udarac, kao i hrvatski proračun koji se oslanja na ovaj sektor. Pokazatelji utjecaja pandemije najviše su vidljivi kroz podatke iz 2020. godine, kada je vrijednost transakcija prihvata platnih kartica izvan Republike Hrvatske iznosila 10.130.244.903 kn. Podaci za 2022. godinu nadmašuju sva očekivanja te ruše rekorde iz 2019. godine. Trenutni podaci za lipanj 2022. godine prikazuju kako se vrijednost transakcija prihvata platnih kartica izdanih izvan Republike Hrvatske popela do rekordnih 4,11 milijardi kuna, što je 2.2 puta više nego rekordne 2019. godine kada je iznosila 1,85 milijardi kuna.²⁸

Graf 4. Broj i vrijednost transakcija prihvata platnih kartica inozemnih izdavatelja za 2021. godinu



Izvor: izrada autora prema Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-kartične-transakcije>

²⁸ Ibidem

2021. godine evidentirane su transakcije prihvata platnih kartica inozemnih izdavatelja iz ukupno 205 država, no ovih sedam država prikazanih u Grafu 4 čine 54% ukupnog broja transakcija prihvata platnih kartica, te 66% ukupne vrijednosti transakcija prihvata platnih kartica inozemnih izdavatelja. Na Grafu 4 vidljivo je kako je od sedam prikazanih država u 2021. godini, najveća vrijednost transakcija prihvata platnih kartica ostvarena platnim karticama izdanim u Njemačkoj u iznosu od 7.008.960.421 kn. Najveća prosječna vrijednost po kartičnoj transakciji ostvarena je karticama austrijskih izdavatelja u iznosu od 728 kn, a najmanja karticama slovenskih izdavatelja.²⁹

2.6. Zloupotreba platnih kartica

Ubrzani razvoj tehnologija i pružanje novih usluga, povećava broj mogućnosti za prijevare platnim karticama. Taj broj se svakodnevno povećava i prilagođava svim promjenama na tržištu poslovanja platnim karticama, što na kraju dodatno otežava razotkrivanje počinitelja.³⁰

U slučaju izgubljenih ili ukradenih kartica, problem je u tome što ih se može nesmetano koristiti na bankomatima ili prodajnim mjestima prije nego što se prijavi njihov gubitak ili krađa, uz uvjet da počinitelj zna PIN. Nekad se kartice čak mogu koristiti nakon prijave gubitka, za transakcije malih iznosa gdje nije potrebna autorizacija na prodajnom mjestu.³¹

2.6.1. Libanonska petlja

Libanonska petlja je vrlo jednostavna i djelotvorna metoda, odnosno tehnika u kojoj se koristi određeni uređaj unutar čitača kartice, na način da taj uređaj nasilno zadrži karticu u bankomatu. S obzirom na to čitač kartice ne može očitati umetnutu karticu, ona ostaje zadržana u petlji i potpuno je nedostupna korisniku. Kada korisnik odustane te napusti bankomat, počinitelji uklone petlju i uzmu karticu. Ukoliko su uz to

²⁹ Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-kartične-transakcije>

³⁰ M. Jelenski, M. Šuperina i J. Budiša, *Kriminalitet platnim karticama (krađa identiteta, krivotvorenje i zloupotreba platne kartice)*, Zagreb, Ministarstvo unutarnjih poslova RH, Policijska akademija Josip Budiša, 2013., str. 386

³¹ Ibidem

koristili i još neke metode u svrhu otkrivanja PIN-a, zloupotreba kartice postaje jednostavna.³²

2.6.2. Krađa podataka – skimming

Skimming je metoda krađe podataka kod kojeg se krađe magnetni zapis s neke originalne kartice posebnim uređajem koji se naziva skimmer. To je jedan mali i kompleksan uređaj koji optički čita, a zatim pohranjuje podatke s magnetnog zapisa. Ova metoda je jedna od najzastupljenijih oblika krađe podataka u Hrvatskoj. Skimmer se na bankomatima vrlo jednostavno i brzo postavlja te uklanja. PIN se najčešće prikuplja pomoću mikrokamera ili lažne tipkovnice. Takvi uređaji se postavljaju većinom na prometnim mjestima i tamo gdje nema videozaštite. Transakcije putem ukradenih kartica se uglavnom vrše u inozemstvu.³³

„Skimming oprema može se sastojati od:

- Skimmera
- Prilagođenog dijela bankomata s probušenim otvorom za mikrokameru, veći broj električnih sklopova koji služe za izradu skimmera
- Više USB kabela s prerađenim drugim krajem na kojem se nalaze mikroutičnice
- Više komada trenutnih ljepila i ljepila u traci
- Prijenosnog osobnog računala
- Više USB stikova.“³⁴

2.6.3. Phishing i vishing

Phishing i vishing su vrlo jednostavne i također jeftine metode krađe podataka s platnih kartica i o korisnicima istih. Phishing je najštetniji napad koji najčešće stiže u obliku e-maila u kojem piše kako postoji problem s računom te da se korisnik moli da se pošalju njegovi podatci kako bi se problem riješio. Ponekad u e-mail stave i link koji vodi na stranicu koja izgleda isto originalnoj stranici poslovnice s kojom korisnik

³² Ibidem

³³ Ibidem str. 386-387

³⁴ Ibidem str. 387

posluje. Vhishing je pak novi oblik phishinga, s time da se ovom metodom podatci prikupljaju putem telefonskih poziva.³⁵

2.6.4. Postavljanje lažnih samouslužnih uređaja

Lažni samouslužni uređaji postavljaju se s ciljem prikupljanja PIN-ova i magnetnih zapisa s platnih kartica. Kada se kartica umetne u otvor čitača, ona se tada skenira, a kada se ukuca PIN, onda se on automatski povezuje s podacima o kartici koji se nalaze na hard disku koji se nalazi u takvom uređaju. Korisnik tada dobiva obavijest o nemogućnosti korištenja kartice.³⁶

2.6.5. CNP – zlouporaba

Ovo je vrsta zlouporabe u kojoj nije potrebna kartica, već se podatci prikupljaju u slučajevima gdje korisnici preko telefona ili interneta naprave određenu novčanu transakciju, odnosno nešto kupe. Podatci s kartice koji su potrebni kako bi se ta kupnja mogla platiti su broj kartice, datum isteka kartice, CVV (broj na poleđini kartice) i osobni podatci koji se najčešće ne provjeravaju. Ovoj metodi najčešće prethodi jedna od prethodno navedenih tehnika zlouporabe platnih kartica.³⁷

2.6.6. Izrada krivotvorenih kartica

Kartice se krivotvore korištenjem podataka s ukradene ili skenirane kartice koji se snimaju na „bijelu plastičnu podlogu“. Takve krivotvorene kartice većinom se koriste na bankomatima uz PIN ili na određenim prodajnim mjestima u suradnji s trgovcem. Izrađuju se također i krivotvorene kartice na koje se snime ukradeni podatci s magnetne trake. Koriste se i ukradene kartice, na koje se onda snimaju ukradeni podatci s nekih drugih kartica.³⁸

³⁵ Ibidem

³⁶ Ibidem

³⁷ Ibidem

³⁸ Ibidem str. 387-388

3. KREDITNE KARTICE U TURIZMU

Kreditnu karticu izdaje banka, specijalizirana turistička ili trgovačka organizacija koja omogućuje vlasniku da korištenjem takve jedne kreditne kartice može doći do proizvoda ili usluge od prodavatelja koji se nalazi u sustavu, a kome izdavatelj obavlja isplatu, a nakon toga izdavatelj obavlja konačni obračun s vlasnikom kreditne kartice.³⁹

Jednostavnije rečeno, kada korisnik kupuje proizvode ili plaća usluge, korisnik kartice je u ulozi kupca, no izdavatelj kartice je platitelj.⁴⁰

Jedna kreditna kartica sadrži određeni iznos, a većinom se sastoji od naziva i simbola izdavatelja, imena i prezimena korisnika, njegovog potpisa, oznake zemlje u kojoj je kartica izdana te je li ona lokalna ili međunarodna, datuma do kojeg vrijedi, broja i serije izdanja i oznake je li prenosiva. Osim toga, kreditna kartica može sadržavati i neke druge oznake, to sve ovisi o potrebama izdavatelja.⁴¹

Kreditne kartice koje se danas koriste, nisu ni približno slične prvim karticama koje su se izdale. Imale su ograničenu mogućnost korištenja i vrlo loš sigurnosni sustav. Ipak, glavni ciljevi su ostali isti, a to je mogućnost bezgotovinskog plaćanja i kratkoročno kreditiranje. Upravo je razvoj sigurnosnog sustava bio najveći napredak u kartičnom poslovanju.

3.1. Kreditna kartica u ulozi globalnog sredstva plaćanja

Upotreba kreditnih kartica i samo kartično poslovanje danas je jedna od najdinamičnijih i najbrže rastućih industrija. Potražnja za njima nekontrolirano raste, tako da je danas rijetkost da netko ne posjeduje barem jednu kreditnu karticu, a broj onih koji posjeduju više od jedne iz dana u dan raste.⁴²

Banke su primarni izdavatelji kreditnih kartica, a to rade u suradnji s vodećim globalnim platnim sustavima kao što su VISA International i MasterCard. Uz njih

³⁹ V. Gorenc i V. Šmid, *Poslovno pravo u turizmu i ugostiteljstvu*, Zagreb, Školska knjiga, 1999., str. 221

⁴⁰ Đ. Jurić, „Računovodstvo poslovanja kreditnim karticama“, *Računovodstvo Revizija i Financije*, broj 11, 2019. str. 16

⁴¹ V. Gorenc i V. Šmid, *Poslovno pravo u turizmu i ugostiteljstvu*, Zagreb, Školska knjiga, 1999., str. 221

⁴² D. Vesković, *Znanje i iskustva građanstva o kreditnim karticama*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2019., str. 19

postoje i nebankovne organizacije koje izdaju svoje kartice na globalnoj razini, kao što su American Express i Diners Club. VISA i MasterCard najčešći su davatelji kartica u svijetu, a skupa s American Expressom i Diners Clubom dijele gotovo cijelo europsko tržište kreditnih kartica.

Kreditna kartica je najsigurniji i najjednostavniji način bezgotovinskog načina plaćanja koji zamjenjuje novac, odnosno gotovinu kao primarno sredstvo plaćanja i uvelike olakšava životni stil svojim korisnicima. Potrošači diljem svijeta su prihvatili kreditnu karticu i sve mogućnosti koje im njezino korištenje osigurava, pa ih danas koriste kao jednostavan način plaćanja prilikom svakodnevne kupovine, čak i za one kupnje koje bi inače uobičajenim načinom plaćanja bile komplicirane ili potpuno nemoguće.⁴³

Osim svoje primarne uloge kao sredstva plaćanja, kreditna kartica se koristi i za povećanje kupovne moći te ima veliku važnost za gospodarstvo. Zbog svoje prikladnosti za korištenje te činjenice da su prihvatljive na velikom broju prodajnih mjesta bilo u zemlji ili inozemstvu, čak se i sve češće koriste za internetske kupovine, kreditne kartice su globalno prihvaćene kao jedan od glavnih načina plaćanja.⁴⁴

Posjedovanje kreditne kartice svojim korisnicima često, uz sigurno i jednostavno plaćanje karticom diljem svijeta, donosi i brojne pogodnosti za turiste jer izdavatelji kreditnih kartica često surađuju s raznim zrakoplovnim kompanijama, turističkim agencijama, multinacionalnim hotelskim kompanijama, agencijama za kružna putovanja i slično. Praktičnije su jer turisti ne moraju sa sobom nositi velike količine novca i često mijenjati valute, što je idealno za kupnje velikih iznosa, poput letova i noćenja u hotelima.

Neke kreditne kartice mogu uključivati i putno osiguranje, pa je zato kao takva pogodna za putovanja, posebno u slučaju otkazivanja letova, kašnjenja letova, izgubljene prtljage ili zdravstvenih problema. Također mogu uključivati i osiguranje za najam automobila.

⁴³ Ibidem str. 15

⁴⁴ Ibidem str. 20

Dio banaka ne naplaćuje naknadu za konverziju stranih valuta, a inače je pravilo između 2,5% i 3% po transakciji. S obzirom na to, kreditne kartice nude bolje tečajeve od onih na bankomatima ili mjenjačnicama.

S obzirom da se danas rezerviranje letova, hotela, prijevoza i ostalih aktivnosti u inozemstvu najčešće događa online, pa je kreditna kartica tu najprikladnije sredstvo plaćanja. Njezinim korištenjem turist dobiva određenu sigurnost i financijsku slobodu, pa će se tako puno lakše nositi sa neočekivanim troškovima.⁴⁵

Popularne su i za poslovna putovanja jer nude visoku likvidnost i pojednostavljuju računovodstvo putnih troškova. Potrošači se sve više navikavaju na digitalno okruženje, pa zato i raste potražnja za sigurnim načinima plaćanja.⁴⁶

Važno je i naglasiti da su za razliku od debitne kartice, kreditne kartice prihvaćene na mnogo više mjesta u inozemstvu.

Plaćanje karticama je najčešće ponuđen način plaćanja od strane raznih iznajmljivača apartmana te hotela, oko 95%. Mogućnost plaćanja American Expressom, VISA-om ili MasterCardom moguća je u 83% slučajeva, dok je plaćanje Dinersom moguće u 40% slučajeva. Potrošači od turističkih agencija žele široki raspon načina plaćanja, kao i jednostavne procese plaćanja. Uz sve to žele i sigurnost podataka, a to im omogućava Standard za sigurnost podataka industrije platnih kartica (Payment Card Industry Data Security Standard) koji se odnosi na sve distributere, pružatelje usluga plaćanja i prihvatitelje koji obrađuju, pohranjuju ili prosljeđuju podatke o kreditnim karticama.⁴⁷

3.2. Vrste kreditnih kartica

S obzirom na veliki broj vrsta kreditnih kartica kao i različitih izdavatelja istih, postoji mnogo podjela prema različitim aspektima, pa tako postoji podjela s obzirom na broj sudionika – specijalne i univerzalne, te podjela prema prostornoj mogućnosti korištenja – nacionalne i međunarodne kreditne kartice.⁴⁸

⁴⁵ National Bank, *5 reasons to use a credit card when you travel*, 2020. – dostupno na: <https://www.nbc.ca/personal/advice/credit/5-reasons-to-use-a-credit-card-when-you-travel.html>

⁴⁶ Acomodeo, *Credit card usage in the travel industry: assets and sorrows*, 2016. – dostupno na: <https://company.acomodeo.com/en/blog/credit-card-usage>

⁴⁷ ibidem

⁴⁸ V. Gorenc i V. Šmid, *Poslovno pravo u turizmu i ugostiteljstvu*, Zagreb, Školska knjiga, 1999., str. 222

Dalje se kreditne kartice mogu podijeliti prema izdavateljima⁴⁹:

- Kreditne kartice za putovanje i zabavu, koje izdaju specijalizirane turističke ili trgovačke organizacije (*Travel and Entertainment Credit Card, Diners, American Express*)
- Bankovne kreditne kartice, čiji su izdavatelji jedna ili više udruženih banaka. Takve kartice imaju i jednu posebnu značajku, a to je da sadrže revolving kredit kojim je vlasniku kartice omogućeno plaćati svoje račune na kredit ili na rate uz male kamate
- Ostale kreditne kartice robnih kuća, benzinskih postaja, zračnih kompanija, hotelskih kuća, rent-a-cara i ostalo.

Prema vlasnicima se dijele na⁵⁰:

- Osobne, gdje vlasnik na kreditnoj kartici označen imenom i prezimenom
- Obiteljske – za sve članove obitelji
- Službene, gdje je vlasnik kartice pravni subjekt
- Predmetne – vezane za nabavu i korištenje određene usluge

3.3. Pogodnosti kreditnih kartica

Pogodnosti koje imaju svi oni koji sudjeluju u poslovanju s kreditnim karticama su⁵¹:

- Izdavatelji (banke ili specijalizirane turističke ili trgovačke organizacije) nisu ograničeni u svojem poslovanju kao samo izdavatelji kreditnih kartica, već oni svoje poslovanje proširuju kroz vođenje organizacije i poslovanja cijelog sustava vezanog za određenu kreditnu karticu.
- Vlasnici kartica imaju gospodarski interes u pogodnostima koje im pruža kartično plaćanje, jer oni dobiju robu i usluge predloženjem kartice, bez rizika koje ima nošenje gotovine, također nema ni trošenja vremena za mijenjanje novca te nekih drugih procedura za plaćanje, posebno ukoliko je vlasnik kartice izvan svoje zemlje stanovanja. Vlasnik kartice vrlo lako

⁴⁹ Ibidem str. 223

⁵⁰ Ibidem

⁵¹ Ibidem str. 224

može platiti proizvod ili neku uslugu bez obzira na svoju trenutnu financijsku situaciju, pa se tako ne može ni naći u nekoj neugodnoj situaciju ukoliko nema gotovine uz sebe. Također, posjedovanje kreditne kartice neke određene organizacije, donosi određeni ugled u društvu.

- Proizvođači robe, trgovci, kao i davatelji usluga svoj interes u pogodnostima kreditnih kartica nalaze u većem plasmanu proizvoda ili usluga, osiguravanju stalne potražnje za svoju robu, i to od potrošača koji troše lakše i više upravo zbog korištenja kreditnih kartica. Uz to dobivaju i kvalitetno oglašavanje, jer se vrlo često nalaze u raznim katalogima i prospektima izdavatelja kreditnih kartica, koji uz objavljivanje tih tvrtki usmjeravaju vlasnike kartica da kupuju kod ugovornih organizacija.

Osim navedenih sudionika u kartičnom poslovanju, korist od poslovanja kreditnim karticama ima i država, jer se njihovim korištenjem potiče opća potrošnja, što u konačnici potiče i proizvodnju.⁵²

Osim svojih pogodnosti, korištenje kreditnih kartica ima i negativne strane. Posjedovanje kreditne kartice, vlasnika iste može dovesti do pretjerane potrošnje za koju onda nema pokrića, pa to može nanijeti štetu i troškove izdavatelju kartice. Naravno, postoji i mogućnost krađe te ilegalnog korištenja kartice, zato što se u pravilu identitet vlasnika, odnosno korisnika kartice ne utvrđuje. No, s obzirom da su pogodnosti korištenja kreditnih kartica brojne, njezine negativne strane su skoro u potpunosti zanemarive.⁵³

3.4. Tehnološki izazovi kartične industrije

Kartična industrija je danas pod velikim utjecajem tehnološkog razvoja, pa se stoga izdavatelji moraju konstantno razvijati kako bi održale svoju konkurentnost. MasterCard ističe da sve suvremene metode plaćanja imaju posebne značajke koje onda usluge izdavatelja čine atraktivnijim, pa je tako plaćanje mobilnim telefonom jednostavnije za male iznose.⁵⁴

⁵² Ibidem

⁵³ Ibidem str. 225

⁵⁴ S. Cvitanić, „Neodoljivi sjaj plastike“, *Poslovni magazin*, broj 5, 2005, str. 14

Plaćanje kreditnim karticama nudi opsežna i sveobuhvatna rješenja plaćanja. Daje mogućnost plaćanja velikih iznosa, s obzirom da ima jako dobro razvijeni sustav za ocjenjivanje rizika, ali i nudi mogućnost kredita i može biti vezano za druge usluge i ponude izdavatelja. Trenutno kreditne kartice imaju vodeću poziciju u načinima plaćanja, u usporedbi s gotovinskim plaćanjem. Uz to što je korisnik oslobođen od nošenja velikih iznosa gotovine, on uz kreditne kartice dobiva i mogućnost za gotovinski ili potrošački kredit, kao i veliki broj mjesta za podizanje gotovine.⁵⁵

Kako se razvija tehnologija, tako se mijenjaju i uloge financijskih institucija. Morat će personaliziranim uslugama privući nove klijente, ali i zadržati trenutne. To će moći postići programima lojalnosti, koji bi uključivali poklon kartice, nagrađivanje vjernosti i slično.⁵⁶

3.5. Pravni odnosi u sustavu kreditnih kartica

U sustavu poslovanja s kreditnim karticama mogu se izdvojiti četiri najčešća ugovorna odnosa⁵⁷:

- Ugovor između izdavatelja i trgovca ili davatelja usluga
- Ugovor između izdavatelja i korisnika kreditne kartice
- Ugovor između korisnika i trgovca ili davatelja usluga
- Ugovor između inozemnog organizatora i domaćeg izdavatelja

U odnosima između izdavatelja i trgovca, kao i u onim između korisnika kartice i izdavatelja ima mnogo odredbi o obvezama plaćanja, o naknadama te o obvezama na naknadu štete, pa će sudac, u slučaju spora, morati posegnuti za općim odredbama obveznog prava te praksom neimenovanih ugovora.⁵⁸

3.5.1. Ugovor između izdavatelja i trgovca ili davatelja usluga

Jedan od osnovnih odnosa u sustavu poslovanja kreditnim karticama je upravo odnos između izdavatelja kartice te trgovca, odnosno davatelja usluga. Izdavatelj i

⁵⁵ ibidem

⁵⁶ ibidem

⁵⁷ V. Gorenc i V. Šmid, *Poslovno pravo u turizmu i ugostiteljstvu*, Zagreb, Školska knjiga, 1999., str 225.

⁵⁸ Ibidem str. 225-226

trgovac svoja prava i obveze utvrđuju u posebnome ugovoru, kojim ugovorno turističko ili trgovačko društvo prihvaća uvjete izdavatelja bez mogućnosti izmjena i dopuna, što je u potpunosti normalno, zato što cijeli taj sustav mora biti jedinstven. Međusobna prava i obveze detaljno se utvrđuju u općim uvjetima izdavatelja.⁵⁹

Obveze trgovca ili davatelja usluga su⁶⁰:

- Priznavanje kreditne kartice i prodaja robe ili pružanje usluga vlasniku kreditne kartice
- Primjenjivanje propisanih, uobičajenih cijena roba i usluga, kao i ostalim kupcima
- Plaćanje ugovorene provizije
- Uredno dostavljanje izvoda o potraživanju prema izdavatelju u već unaprijed zadanim rokovima
- Pridržavanje uputa izdavatelja i sl.

Obveze izdavatelja su⁶¹:

- Podmirenje svih novčanih obveza, koje su nastale prilikom kupnje robe ili korištenja usluga, ugovornoj organizaciji
- Preuzimanje rizika neplaćanja, stečaja i insolventnosti korisnika kreditne kartice
- Pružanje određenih usluga komercijalne, promidžbene te računovodstvene naravi i sl.

Najbitnija obveza u ovom ugovoru je upravo obveza izdavatelja kreditne kartice da odgovorno isplati sve dostavljene račune od strane trgovca ili pružatelja usluga, preuzimajući tako na sebe rizik neplaćanja od strane korisnika kartice.⁶²

Trgovac, odnosno davatelj usluga svoje pravo potraživanja za prodanu robu ili usluge koje su pružene korisniku kreditne kartice, prenosi na izdavatelja te kartice koji onda stiže pravo naplate od dužnika, tj. korisnika.⁶³

⁵⁹ Ibidem str. 226

⁶⁰ ibidem

⁶¹ Ibidem

⁶² Ibidem

⁶³ Ibidem str. 227

3.5.2. Ugovor između izdavatelja i korisnika kreditne kartice

Drugi vrlo bitan odnos za funkcioniranje sustava kreditnih kartica je upravo ugovor između izdavatelja i vlasnika, odnosno korisnika kartice. On se sklapa na način da pravna ili fizička potpiše zahtjev za izdavanje kreditne kartice prihvaćajući opće uvjete izdavatelja koji onda može prihvatiti ili odbiti zahtjev. Ugovor je sklopljen onda kada se podnositelju dostavi kartici ili kada on primi karticu.⁶⁴

Obveze vlasnika, odnosno korisnika jedne kreditne kartice su⁶⁵:

- Platiti izdavatelju kreditne kartice sve iznose koje je on platio trgovcu, koje su označene u dostavljenim obavijestima kao što su računi, naravno pridržavajući se dogovorenih rokova
- Redovito uplaćivati ugovorene iznose na ime članarine
- Bez odgađanja obavijestiti izdavatelja o krađi ili gubitku kreditne kartice

Obveze izdavatelja kreditne kartice su⁶⁶:

- Isporučiti korisniku kreditnu karticu i tako mu omogućiti plaćanje trgovcu korištenjem te kartice
- Pravovremeno plaćati sva potraživanja trgovaca, odnosno davatelja usluga
- Obavijestiti korisnika kartice o svim informacijama koje su važne za korištenje kartice, na način da šalju kataloge i časopise od ugovornih trgovačkih društava

Ovim ugovorom izdavatelj kartice ustvari kreditira korisnika, iako to nigdje nije posebno naznačeno. Kada korisnik plati robu ili neku pruženu uslugu, on je dužan taj račun platiti u točno određenom roku. Zbog takvog sustava plaćanja, korisnik kreditne kartice je u mogućnosti koristiti se kratkoročnim kreditom izdavatelja u određenom roku koji prosječno traje od dva tjedna do mjesec dana.⁶⁷

⁶⁴ Ibidem

⁶⁵ Ibidem str. 228

⁶⁶ Ibidem

⁶⁷ Ibidem

3.5.3. Ugovor između korisnika kreditne kartice i trgovca ili davatelja usluga

Ovaj ugovor u okviru svoje djelatnosti sklapa trgovac, odnosno davatelj usluge s korisnikom kreditne kartice. To su većinom nekakvi imenovani ugovor, kao što je ugovor o prodaji, ugovor o zastupanju, posredovanju i slično. Često su to i neimenovani ugovori, pa se tako mogu sklopiti ugovor o hotelskim uslugama ili ugovor o uslugama prehrane i točenja pića te tome slično. Ukoliko korisnik kartice ima bilo kakav prigovor u vezi materijalnih i pravnih nedostataka robe ili usluga, on se obraća direktno trgovcu. Dok se trgovac u slučaju da ima bilo kakvih prigovora u vezi s plaćanje, može obratiti samo izdavatelju kartice, s obzirom da korištenje kartice i potpisani račun ne znače da je plaćanje obavljeno.⁶⁸

3.5.4. Ugovor između inozemnog organizatora i nacionalnog izdavatelja

Sustavi kreditnih kartica proizvod su specijaliziranih američkih turističkih i trgovačkih organizacija i banaka, te su se jako brzo proširile i na ostale kontinente, posebno u Europi. U Hrvatskoj se može pronaći sve više raznolikih kreditnih kartica, bilo od stranih izdavatelja ili od vlastitih, odnosno domaćih izdavatelja i banaka.⁶⁹

Neke od hrvatskih turističkih organizacija i banaka uključile su se u određene sustave kreditnih kartica, pa su tako mnoge dobile pravo da same izdaju kartice. Ugovori koji se sklapaju između inozemnog organizatora i nacionalnog, odnosno domaćeg izdavatelja većinom nisu uvijek istog sadržaja.⁷⁰

U pravilu se tu radi o dvije vrste ugovora – ugovoru o zastupanju i ugovoru o franšizingu⁷¹:

- Ugovor o zastupanju – Kreditne kartice su u Hrvatskoj prvo uvedene upravo ugovorom o zastupanju koje su „Generalturist“ iz Zagreba i „Atlas“ iz Dubrovnika sklopili s Diners Clubom, tj. American Express Company. Zastupnik sklapa ugovor s trećom osobom u ime i za račun zastupanog, što znači da se pravni aspekti ovog ugovora odnose na zastupanog, a ne na zastupnika. Obveze zastupnika detaljno se ugovaraju i sastoje se u

⁶⁸ ibidem

⁶⁹ Ibidem str. 229

⁷⁰ Ibidem

⁷¹ Ibidem str. 229-230

tome da zastupnici u svojoj zemlji organiziraju mrežu trgovaca i davatelja usluga, koji će prodavati robu, odnosno pružati usluge korisnicima kartica, zatim da zastupanome redovito sastavljaju popis svih novosklopljenih poslova, da se također pridržavaju i kreditnih limita, da obavljaju poslovne transakcije s trgovcima, da šire interese, kao i ugled zastupanoga, te na kraju da obavljaju sve poslove koji imaju veze s korisnikom kreditne kartice. Nadalje, obveze zastupanoga su da plati proviziju zastupniku i da sve poslove unutar ugovornog područja obavlja putem zastupnika, te da opskrbi zastupnika potrebnim obrascima i slično.

- Ugovor o franšizingu – Ovaj ugovor je nastao zbog potrebe da se uredi odnosi između velikih turističkih i trgovačkih organizacija i banaka u sustavu kreditnih kartica, koji nemaju dovoljno sredstava kako bi sami organizirali pothvat, no zainteresirani su za uključenje u sustav. Ugovor se zapravo može definirati kao suradnja između samostalnih subjekata u kojem davatelj franšizinga daje pravo korištenja zaštitnog znaka, žiga, komercijalnih formula, s uslugama servisa i organizacije, te marketinške strategije, unaprjeđenja poslovanja i slično, primatelju franšizinga, naravno uz određenu proviziju. Upravo na temelju ovog ugovora izdavatelji kreditnih kartica stvorili su širok krug u sustavu franšizinga, gdje su primatelji još uvijek pravno i financijski samostalna društva, no način poslovanja, organizaciju, samo ime, znak i izgled kartice preuzimaju od davatelja franšizinga. U Hrvatskoj se kao davatelji franšizinga najčešće nalaze turističke organizacije i banke, koje izdaju kreditne kartice građanima. Davatelji franšizinga sa svojim primateljima sklapaju gotovo identične ugovore, baš zbog toga kako bi čitava ta mreža poslovala na jednak ili bar približno jednak način.

3.6. Zakonodavni okvir korištenja kreditnih kartica

Zakonodavni okvir korištenja kreditnih kartica uređen je Zakonom o platnom prometu (NN, br. 66/2018.) koji je usklađen s odredbama Direktive Europske Unije

2015/2366. Ovaj Zakon uređuje sve platne usluge i njihove pružatelje, obveze pružatelja platnih usluga te institucije za platni promet i platne sustave.⁷²

Zakonom o platnom prometu uređene su platne usluge kao što su platne usluge kreditnih transfera, uključujući i trajne naloge, zatim novčane pošiljke, uključujući usluge plaćanja računa te izravna terećenja.⁷³

Platne usluge koje pružaju pružatelji platnih usluga su⁷⁴:

1. Usluge koje omogućuju polaganje gotovine na račun za plaćanje i svi postupci potrebni za vođenje tog računa
2. Usluge koje omogućuju podizanje gotovine s računa za plaćanje i svi postupci potrebni za vođenje tog računa
3. Usluge izvršenja platnih transakcija, kao i prijenos novčanih sredstava na račun za plaćanje kod pružatelja platnih usluga
 - a. Izvršenje izravnih terećenja, uključujući i jednokratna
 - b. Izvršenje platnih transakcija putem platnih kartica
 - c. Izvršenje kreditnih transfera, uključujući i trajne naloge
4. Usluge izvršenja platnih transakcija gdje su novčana sredstva pokrivena kreditnom linijom za korisnika platnih usluga
 - a. Izvršenje izravnih terećenja, uključujući i jednokratna
 - b. Izvršenje platnih transakcija putem platnih kartica
 - c. Izvršenje kreditnih transfera, uključujući i trajne naloge
5. Usluge izdavanja platnih instrumenata i prihvaćanja platnih transakcija
6. Usluge novčanih pošiljaka
7. Usluge iniciranja plaćanja
8. Usluge informiranja o računu

Pružatelji platnih usluga u Republici Hrvatskoj prema Zakonu mogu biti⁷⁵:

1. Kreditna institucija
 - a. Kreditna institucija osnovana u RH

⁷² Zakon o platnom prometu, Narodne Novine

⁷³ ibidem

⁷⁴ ibidem

⁷⁵ ibidem

- b. Kreditna institucija osnovana u drugoj državi članici EU, uključujući njezinu podružnicu, kad je ona osnovana u RH
 - c. Kreditna institucija iz treće države preko podružnice osnovane u RH
- 2. Institucija za elektronički novac
 - a. Institucija za elektronički novac osnovana u RH
 - b. Institucija za elektronički novac osnovana u drugoj državi članici EU, uključujući njezinu podružnicu, kad je ona osnovana u RH
 - c. Institucija za elektronički novac iz treće države preko podružnice osnovane u RH
- 3. Mala institucija za elektronički novac koja je osnovana u RH
- 4. Institucija za platni promet
 - a. Institucija za platni promet osnovana u RH
 - b. Institucija za platni promet osnovana u drugoj državi članici EU, uključujući njezinu podružnicu, kad je ona osnovana u RH
- 5. Mala institucija za platni promet osnovana u RH
- 6. Registrirani pružatelj usluge informiranja o računu
 - a. Registrirani pružatelj usluge informiranja o računu osnovan u RH
 - b. Registrirani pružatelj usluge informiranja o računu osnovan u drugoj državi članici EU, uključujući njegovu podružnicu, kad je ona osnovana u RH
- 7. Hrvatska narodna banka, onda kada ona ne djeluje u svojstvu monetarne ili druge javne vlasti
- 8. Republika Hrvatska i jedinica lokalne ili regionalne samouprave, onda kada ne djeluju u svojstvu javne vlasti
- 9. Europska središnja banka i središnje banke drugih država članica EU, onda kada ne djeluju u svojstvu monetarne ili druge javne vlasti

Sva plaćanja izvršavaju se u valuti koja je ugovorena u skladu s ovim Zakonom i posebnim propisima. Ukoliko se usluga preračunavanja valute nudi na bankomatu, prodajnom mjestu ili je nudi primatelj plaćanja, strana koja nudi takvu uslugu dužna je platitelju priopćiti sve naknade i tečaj koji će primijeniti pri preračunavanju valute prije

iniciranja platne transakcije. Platitelj mora dati svoju suglasnost za takvu uslugu preračunavanja valuta.⁷⁶

Obveza izvještavanja Hrvatske narodne banke o svim podacima o aktivnostima i procesima koji imaju veze s platnim prometom i elektroničkim novcem propisana je Odlukom o obvezi dostavljanja podataka o platnom prometu i elektroničkom novcu (NN, br. 147/2013, 16/2017). Obveznike, sadržaj, načine te rokove statističkog izvješćivanja o platnim uslugama te o prijeverama s obzirom na sredstvo plaćanja određuje Hrvatska narodna banka.⁷⁷

Prema Odluci, obveznici izvještavanja su⁷⁸:

1. Kreditna institucija (banka ili štedna banka) sa sjedištem RH
2. Institucija za elektronički novac sa sjedištem u RH
3. Institucija za platni promet sa sjedištem u RH
4. Podružnica kreditne institucije iz treće države sa sjedištem u RH
5. Podružnica institucije za elektronički novac iz treće države sa sjedištem u RH
6. Podružnica kreditne institucije iz države članice EU sa sjedištem u RH
7. Podružnica institucije za elektronički novac iz države članice EU sa sjedištem u RH
8. Podružnica institucije za platni promet iz države članice EU sa sjedištem u RH
9. Zastupnici pružatelja platnih usluga iz druge države članice EU sa sjedištem u RH, preko kojih ti pružatelji platnih usluga pružaju platne usluge u RH ako ti zastupnici ujedno imaju odobrenje za pružanje platnih usluga
10. Financijska agencija

Izvještajni obveznici Hrvatsku narodnu banku izvještavaju prema Uputi o načinu prikupljanja i sastavljanja te obvezi dostavljanja podataka o platnom prometu i elektroničkom novcu i Uputi za izradu i dostavljanje datoteke sa statističkim podacima platnog prometa i elektroničkog novca. Obje Upute sastavni su dio Odluke o obvezi

⁷⁶ ibidem

⁷⁷ ibidem

⁷⁸ ibidem

dostavljanja podataka o platnom prometu i elektroničkom novcu. Obveznici su uredno dostavili podatke ako su podaci zaprimljeni u Hrvatskoj narodnoj banci u rokovima te ako su svi podaci zadovoljili kontrole i pravila propisana objema Uputama.⁷⁹

3.7. Razvoj kreditnih kartica u Republici Hrvatskoj

Danas je u Republici Hrvatskoj, kao i u ostatku svijeta, kartica najkorišteniji instrument plaćanja. Gotovo sve banke imaju u svojoj ponudi kartice svjetskih brandova, kao što su VISA, MasterCard, Diners Club, Maestro i slično. Upravo ta široka ponuda, pridonijela je značajnom porastu kartičnih transakcija.⁸⁰

Najviše korišteni te najpoznatiji brandovi u Republici Hrvatskoj su American Express, Diners Club, MasterCard i VISA. MasterCard je ujedno i najprihvaćenija kreditna kartica u cijelome svijetu, a u ponudi je ima velik broj banaka.⁸¹

Danas se, zbog razvoja i primjene novih tehnologija, na tržištu mogu naći EMV čip kartice, čip kartice te beskontaktna i magnetna kartice ili različite kombinacije navedenih. U Republici Hrvatskoj su najčešće korištene kartice koje posjeduju oboje, EMV čip i magnetnu traku. Kartice samo s magnetnom trakom skoro više i ne postoje na tržištu, zbog nemogućnosti beskontaktnog plaćanja prilikom njihova korištenja. EMV standard (nastao radom Europe, MasterCarda i VISA-e) temelji se na izradi kreditnih i debitnih kartica koje sadrže mikročip – pametne kartice. Uvođenje EMV čipa bi trebalo osigurati sigurnu i nesmetanu komunikaciju i povezivanje pametne kartice i prihvatnog uređaja, odnosno POS aparata. Ono što je prednost kod ugrađivanja ovog čipa u kreditne kartice je značajno povećanje sigurnosti kreditne kartice, što smanjuje rizik od krivotvorenja i prijevara.⁸²

Današnje poslovanje s kreditnim karticama se skoro potpuno temelji na EMV standardu, upravo zbog povećane sigurnosti prilikom samog plaćanja kreditnom karticom, bilo kontaktno ili beskontaktno.⁸³

⁷⁹ Ibidem

⁸⁰ D. Vesković, *Znanje i iskustva građanstva o kreditnim karticama*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2019., str. 9

⁸¹ Ibidem, str. 10

⁸² Ibidem, str. 11

⁸³ Ibidem, str. 12

Danas je Republika Hrvatska jedna od vodećih zemalja u Europi kada je u pitanju kartično plaćanje u ugostiteljskim objektima, hotelima, trgovinama, agencijama ili na bilo kojem drugom mjestu gdje se može kupovati ili platiti uslugu. Sustav je siguran i u skladu je sa svim europskim standardima. Ovo je jedan od najlakših i najpovoljnijih načina plaćanja u Republici Hrvatskoj, s obzirom da se smanjuje rizik od mogućih dodatnih troškova zbog tečajnih razlika.

U Republici Hrvatskoj je, s obzirom da su zastupljene sve veće kartične organizacije, plaćanje moguće različitim kreditnim karticama, a broj prodajnih mjesta koja prihvaćaju plaćanje elektroničkim putem svakim danom je sve veći. Dodatnih troškova za potrošače nema. No, ukoliko postoji neki objekt koji ne prihvaća kartično plaćanje, bankomati su posvuda, osobito u popularnim turističkim destinacijama.⁸⁴

⁸⁴ Croatia full of life, *Credit and debit cards* – dostupno na: <https://croatia.hr/en-gb/money/credit-and-debit-cards>

4. GLOBALNE KARTIČNE ORGANIZACIJE

Danas se kartičnim poslovanjem bave sve trgovačke i turističke organizacije koje su registrirane za posredovanje u plaćanju, zatim banke i ostale financijske institucije, a sve više i više se pojavljuju i trgovačka te turistička društva koja izdaju kartice koje se mogu koristiti samo u njihovoj mreži.⁸⁵

Kartične organizacije svoje prihode ostvaruju od naknada za izdavanje kartice, godišnjih članarina koje plaćaju korisnici, provizija koju naplaćuju od prodajnog mjesta koje je pružilo uslugu, kamata od kredita te od naknada za usluge obrade kreditnih kartica za treće. Rashodi nastaju od troškova izdavanja i zamjene plastičnih kartica, troškova administriranja računa korisnika kartice, troškova ugovaranja te obračuna plaćanja, troškova financijskih sredstava i gubitaka od nenaplaćenih potraživanja od korisnika te zbog zlouporabe kreditnih kartica.⁸⁶

Plaća li kartična organizacija PDV ili ne, ovisi o poreznom određenju članarine koju izdavatelj naplaćuje od korisnika. Pa tako banke na svoje članarine nemaju poreza na dodanu vrijednost, s obzirom da su bankarske organizacije oslobođene od plaćanja PDV-a na svoje usluge. S druge strane, neka trgovačka ili turistička organizacija je obvezna plaćati PDV, stoga jedna takva organizacija na članarinu koju naplaćuje od korisnika, plaća i porez na dodanu vrijednost. Isti uvjeti vrijede i za proviziju koju organizacije naplaćuju od prodajnih mjesta i mjesta pružanja usluga.⁸⁷

Jedne od najvažnijih globalnih kartičnih organizacija su American Express, Diners Club, Visa i MasterCard.

4.1. American Express

American Express je vodeća nebankarska organizacija, koja je svoje proizvode, odnosno prve kreditne kartice počela izdavati 1958. godine. Pojava American Express kartice na tržištu, bila je od samog početka uspjeh, pogotovo zato što su se istovremeno počeli pojavljivati i novi oblici turizma. Upotreba kreditnih kartica se počela

⁸⁵ Croatia osiguranje, *Osiguranje, Hrvatski časopis za teoriju i praksu osiguranja*, Samobor, Croatia osiguranje d.d. Zagreb, 2001, str. 29

⁸⁶ ibidem

⁸⁷ Ibidem str. 30

ubrzano širiti, pa su se tako počele koristiti za plaćanje u restoranima, hotelima, turističkim agencijama, zrakoplovnim kompanijama, zatim i u trgovinama. Prvo su bile namijenjene samo američkim turistima koji su posjećivali Europu, dok su danas American Express kartice poznate u cijelom svijetu, a na hrvatsko tržište stigle su upravo razvojem turizma.⁸⁸

American Express je prvi Predstavnički ugovor sklopio s Putničkom agencijom Atlas iz Dubrovnika, s obzirom da je upravo Dubrovnik jedno od najprivlačnijih odredišta za turiste u Republici Hrvatskoj. Atlas je tim ugovorom zastupao interese American Expressa u dijelu turističkih aranžmana. Kako se s godinama suradnja sve više proširivala, tako je Atlas postao ovlašten izdavati American Express kartice. Franšizu je nakon toga preuzela Privredna banka Zagreb, a uvjeti uz koje se American Express kartica koristi i način njezina korištenja detaljno su se utvrdili Ugovorom o korištenju kartice.⁸⁹

Međutim, kako se American Express nakon jednog određenog vremena odlučio napustiti licenčni poslovni model u Europskoj Uniji, tako se PBZ American Express prestao koristiti početkom 2020. godine, no još uvijek su prihvatljivo sredstvo plaćanja u Republici Hrvatskoj i najčešće ih koriste upravo turisti.

American Express kartice mogu se podijeliti na razne načine, pa tako se prema vrsti korisnika dijele na osobne i poslovne kartice. Osobne kartice koriste fizičke osobe, a poslovne koriste pravne osobe. Dalje se mogu podijeliti na osnovne i dodatne kartice. Osnovna se kartica može izdati svakoj punoljetnoj osobi koja je financijski stabilna i može podmiriti svoja dugovanja u svakom trenutku. Taj korisnik zatim može zatražiti dodatnu karticu za člana ili više članova obitelji za koje on preuzima odgovornost da će snositi sve njihove troškove. I na kraju se mogu podijeliti po vrsti proizvoda na zelenu osobnu karticu, The Gold Card, American Express Platinum, American Express Corporate Card, American Express Company Card, Optima Card, American Express Credit Card i mnoge druge.⁹⁰

⁸⁸ ibidem

⁸⁹ ibidem

⁹⁰ Ibidem str. 31

Slika 1. American Express Platinum Card



Izvor: <https://www.americanexpress.com/us/credit-cards/>

Kada korisnik dobije American Express karticu, on svojim potpisom na poledini kartice potvrđuje suglasnost sa svim uvjetima i odredbama Ugovora o korištenju American Express kartice. Kartice je neprenosiva, što znači da je može koristiti samo ona osoba na čije je ime kartica izdana. Sve troškove koje korisnik učini, bilo u svojoj zemlji ili inozemstvu, oni mu dolaze na naplatu u pravilu jednom mjesečno. Ukoliko se American Express kartica koristi u inozemstvu tada se troškovi prikazuju u lokalnoj valuti zemlje u kojoj se korisnik tada nalazi.⁹¹

4.2. Diners Club

Kao što je već prije spomenuto, za nastanak Diners Cluba zaslužna je ideja Franka McNamare. Plan je bio stvoriti sredstvo plaćanja kojim bi ljudi mogli bez ikakvih komplikacija, vrlo brzo i jednostavno plaćati proizvode i usluge.

Diners Club kartica se u Republici Hrvatskoj pojavila kada su Diners Club International sklopili ugovor s Generalturistom. Diners Club korisnicima svojih kartica nudi razne pogodnosti kao što su kupovina avionskih karata i turističkih aranžmana na više rata, bilo u zemlji ili inozemstvu, revolving i Diners Plus kartice, isplate gotovine

⁹¹ Ibidem str. 32

onda kada je to korisniku najpotrebnije, pa i nagrađivanje korisnika temeljem Rewards programa. Da bi korisnici kartice uopće mogli koristiti svoju karticu, Diners Club i neko prodajno mjesto prvo moraju sklopiti Ugovor o prodaji robe i usluga putem Diners Club kartice.⁹²

Slika 2. Diners Club kartica



Izvor: <https://www.diners.hr/hr/privatni-korisnici/kartice/>

Prodajna mjesta svoja potraživanja prenose na Diners Club onda kada dostave evidencije troškova, kao i popunjene te potpisane obrasce. Diners Club tada podmiruje sve troškove korisnika u onom roku koji je određen u Ugovoru. U slučaju inozemne kartice, troškove koji su njenim korištenjem učinjeni podmiruje na račun ugovornog partnera kod njegove poslovne banke. Kako bi sve te iznose, odnosno troškove koje je podmirio za korisnika naplatio upravo od korisnika kartice, Diners Club mu ispostavlja račun jednom mjesečno.⁹³

4.3. VISA

VISA (Visa International Service Association) je zapravo udruga članova, vlasništvo financijskih institucija, ali i zaštitni znak. To je jedna međunarodna bankovna

⁹² Ibidem str. 33

⁹³ ibidem

udruga čiji su članovi banke, odnosno financijske institucije. S obzirom na sve navedeno VISA sama po sebi ne izdaje kartice, već to rade njezini članovi, a u skladu s time nema ni direktan odnos s korisnicima, nego ga imaju banke. Pa tako VISA radi sa svojim članovima, a ti članovi rade s korisnicima. VISA-i nije u cilju ostvarivanje profita, nego da profit ostvaruju njezini članovi preko naplaćivanja članarina od korisnika VISA kartica te od provizije koju naplaćuju od prodajnih mjesta. Na taj način financijske institucije financiraju VISA-u, plaćajući provizije za upotrebljavanje njezinih sustava i usluga.⁹⁴

Podobne za članstvo VISA-e su sve one financijske institucije, banke ili štedionice, koje su organizirane po propisima središnjih nacionalnih banaka, uz uvjet da posluju sa stanovništvom. Tada banke koje su postale članicama imaju pravo izdavati VISA kartice svojim korisnicima, kao i sklapati poslovne ugovore s trgovcima, hotelima, restoranima i slično na kojima će se koristiti VISA kartice za plaćanje proizvoda i usluga.⁹⁵

Prva članica VISA-e u Republici Hrvatskoj bila je Splitska banka. Za razliku od nebankovnih vrsti kartica, VISA ima prednost zbog mogućnosti isplate gotovine u bankama i preko bankomata, isplate većih iznosa gotovine u bankama, te zbog mogućnosti kreditiranja ovisno o vrsti VISA kartice koju korisnik posjeduje.⁹⁶

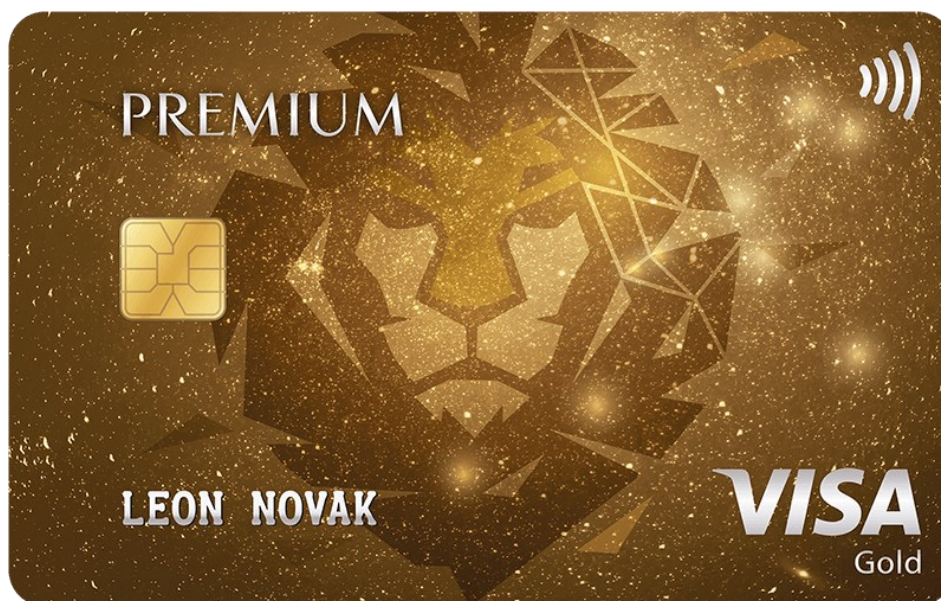
VISA kartice se mogu podijeliti na osobne i poslovne, te na debitne i kreditne. Osobne VISA kartice su Classic kartice, VISA Electron Card i VISA Gold Card.

⁹⁴ Ibidem str. 34

⁹⁵ ibidem

⁹⁶ Ibidem str. 35

Slika 3. VISA Premium Gold kartica



Izvor: <https://www.pbzcard.hr/hr/izdavanje-kartica/premium-visa/premium-visa-gold/>

Svaka banka koja je članica VISA-e obvezna je u ime i za račun svog korisnika, podmiriti sva potraživanja od prodajnog mjesta. VISA je bankovna i platna kartica čiji će korisnik biti zadužen za svoje troškove u isto vrijeme kad i banka, odnosno članica VISA-e koja je korisniku izdala karticu, no onda korisnik kartice ima pravo podmiriti svoje dugovanje u roku koji je određen poslovnom politikom banke koja mu je izdala karticu.⁹⁷

4.4. MasterCard

U Republici Hrvatskoj, prva bankovna kartica pojavila se kao Eurocard i MasterCard kartica u Zagrebačkoj banci d.d.

MasterCard International je nedioničko društvo koje je kontroliran od strane svojih članova – banke i financijske institucije. Djeluje na globalnoj razini, a u Europi je sklopljeno partnerstvo s Europay Internationalom, koje preuzeo poslovanje na europskom području. Europay International je dioničko neprofitno društvo čiji dioničari su upravo MasterCard International i banke u Europi. Niti MasterCard niti Europay ne izdaju kartice i nemaju izravan kontakt s korisnicima, nego samo s bankama.

⁹⁷ Ibidem str. 36

Europay International potaknuo je osnivanje Europay Hrvatska radi poslovnog udruženja svih hrvatskih banaka koje su bile članice Europay Internationala.⁹⁸

Slika 4. Zaba MasterCard Gold kartica



Izvor: <https://www.zaba.hr/home/podjela-jednokratne-transakcije-na-rate>

⁹⁸ ibidem

5. BESKONTAKTNO PLAĆANJE KARTICAMA U TURIZMU I

MODERNE METODE

Plastične kreditne kartice, iako su i dalje često viđene i korištene na ovim prostorima, sve više ljudi koristi alternativne načine plaćanje. Sve se više viđaju ljudi koji plaćaju račune na POS uređajima svojim pametnim telefonima i satovima, a ovom metodom koristi se ponajviše mlađa populacija, iako nije rijetkost vidjeti i osobe starije populacije kako koriste ove platne metode. Ovakvim načinima plaćanja može se očekivati istiskivanje gotovinskog plaćanja te umanjeње klasičnog kartičnog načina plaćanja. Beskontaktna plaćanja i dalje se najčešće obavljaju putem kreditnih kartica koje imaju opciju beskontaktnog plaćanja približavanjem kartice u blizinu POS uređaja te već spomenutim beskontaktnim plaćanjima putem mobitela ili satova.⁹⁹

Kreditne kartice koje imaju mogućnost beskontaktnog plaćanja koriste RFID tehnologiju koja omogućuje provođenje transakcije na način da se kartica približi ili dodirne POS uređaj. Kartica emitira elektromagnetske valove kratkog dometa koji posjeduju podatke o kreditnoj kartici i koje prodajno mjesto očitava i obrađuje kako bi se transakcija provela. Beskontaktna kartice u suštini su iste kao i ostale kartice koje nemaju mogućnost beskontaktnog plaćanja, jedina razlika je što kreditne kartice koje imaju sposobnost beskontaktnog plaćanja sadrže već spomenutu RFID tehnologiju te NFC tehnologiju koja funkcionira na temelju komunikacije kratkog polja.¹⁰⁰

Sve veća korištenost beskontaktnog plaćanja kreditnim karticama uzrokovana je time što su plaćanja beskontaktnim karticama do deset puta brža nego ostale vrste plaćanja. Prednosti korištenja beskontaktnih kreditnih kartica su mnogobrojne, poput već spomenute razlike u brzini transakcije gdje se omogućuje turistima brzo i jednostavno plaćanje na siguran način. Također još jedna prednost beskontaktnih plaćanja kreditnim karticama jest smanjeni kontakt s javnim površinama koje se pokazalo kao izvrstan te čak preporučeni način plaćanja za vrijeme pandemije Covid-19.¹⁰¹

⁹⁹ D. Ivanišević, *Primjena i značaj beskontaktnog plaćanja u turizmu*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2021, str. 25

¹⁰⁰ Forbes, *What Is A Contactless Credit Card?*, 2022. – dostupno na: <https://www.forbes.com/advisor/credit-cards/contactless-credit-cards/>

¹⁰¹ ibidem

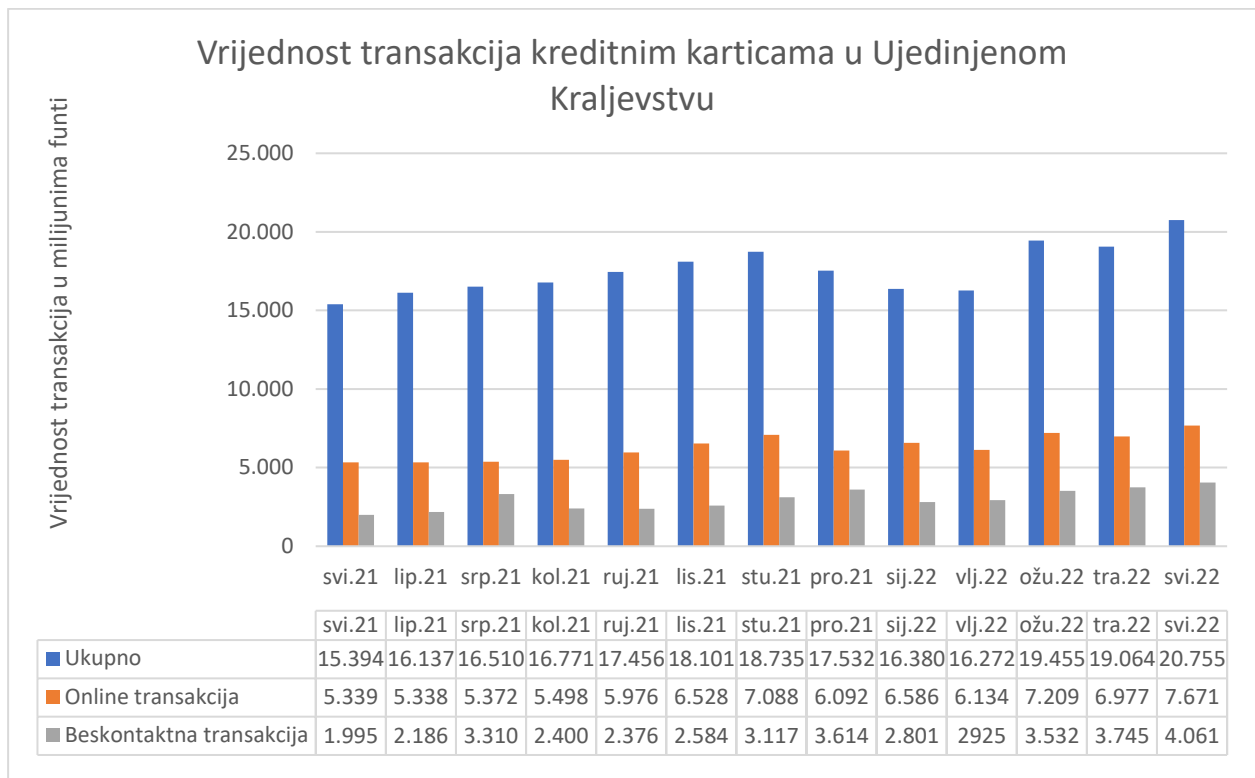
Kako bi se mogla koristiti ovakva vrsta plaćanja, poduzeće mora posjedovati terminal s omogućenim beskontaktnim plaćanje, ovakvi terminali odnosno POS terminali postaju sve zastupljeniji u SAD-u, dok su u većini Europe već prisutne. Primjerice ukoliko osoba želi provjeriti da li poduzeće koje će posjetiti posjeduje mogućnost beskontaktnog plaćanja Mastercard kreditnom karticom to može napraviti putem MasterCard Contactless Locatora.¹⁰²

Alternativno plaćanje putem pametnih telefona ili gadgeta može se definirati kao plaćanje korištenjem mobilnog uređaja kako bi se na taj način ostvarila transakcija gdje se novac prebacuje od pošiljatelja do primatelja, bilo uz posrednika ili bez. Mobilna plaćanja jesu plaćanja raznih računa, usluga odnosno proizvoda koristeći mobilni uređaj poput pametnog telefona ili sata. Kako bi se transakcija provela potrebna je internetska povezanost koja se koristi kako za komuniciranje između poslužitelja. Transakcije mobilnim uređajima odvijaju se najčešće uz posredništvo banke koje u većini slučajeva nude usluge mobilnog bankarstva (mZaba, PBZ mobilno bankarstvo itd.) No, za mobilna plaćanja mogu se koristiti i razne aplikacije koje nude uslugu posredništva a nisu u entitetu banke primjerice GooglePay, KeksPay, PayPal, AliPay, Aircash ili drugi.¹⁰³

¹⁰² Ibidem

¹⁰³ D. Baltić, *Percepcija usluga mobilnog plaćanja kod mladih korisnika*, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2021, str.15

Graf 5. Vrijednost transakcija kreditnim karticama u Ujedinjenom Kraljevstvu



Izvor: UK Finance, Card spending, 2022. – dostupno na: <https://www.ukfinance.org.uk/data-and-research/data/card-spending>

Na Grafu 5. prikazane su vrijednosti transakcija kreditnim karticama u Ujedinjenom Kraljevstvu. Istaknute su ukupne vrijednosti transakcija, online transakcije te beskontaktna transakcije po mjesecima od svibnja 2021. do svibnja 2022. godine. Gledajući ukupne transakcije u navedenim mjesecima, nema nekakvih velikih oscilacija u vrijednosti, većinom se kreću od 15 milijardi do 20 milijardi funti. Što se tiče online transakcija, vidljivo je da se, kako mjeseci prolaze, tako i povećava vrijednost online transakcija. Pa je tako u svibnju 2021. godine vrijednost iznosila oko 5.339.000.000 funti, a u svibnju 2022. godine 7.671.000.000 funti.¹⁰⁴

Ono što je bitno naglasiti jest da su se beskontaktna transakcije u toj godini dana, odnosno u navedenom razdoblju, povećale za više od duplo. U svibnju 2021. godine vrijednost beskontaktnih transakcija iznosila je oko 1.995.000.000 funti, negdje na sredini prikazanog razdoblja, odnosno u studenom 2021. godine iznosila je oko 3.117.000.000 funti, a već u svibnju 2022. godine vrijednost beskontaktnih transakcija

¹⁰⁴ UK Finance, Card spending, 2022. – dostupno na: <https://www.ukfinance.org.uk/data-and-research/data/card-spending>

iznosi oko 4.061.000.000 funti. Iz ovoga se može zaključiti da se sve više fokusira na brže i jednostavnije načine plaćanja, ali i uvidjeti kako s godinama beskontaktno plaćanje postaje sve popularniji način plaćanja.

Turizam kao dinamična grana gospodarstva mora biti u skladu s novim potrebama i trendovima tržišta kako bi pružili što bolju i kvalitetniju uslugu te postigli što veće zadovoljstvo gosta. Kroz vidljive potrebe tržišta za što bržim i sigurnijim provođenjem plaćanja, turistički sektor je usvojio beskontaktnu načine plaćanja. Također turistima je jednostavnije platiti kartično, odnosno beskontaktno, nego odlaziti na bankomate te nositi veliku količinu gotovine i tako se izlagati većem riziku od krađe ili gubitka novca. Štoviše, beskontaktnim plaćanjem izbjegnuta je potreba za razmjenjivanjem valuta ukoliko su posjetitelji van zone svoje valute.¹⁰⁵

Kako je navedeno, beskontaktno plaćanje je sve popularnije pogotovo u turizmu, također jednaku popularnost je steklo i plaćanje digitalnim valutama. Popularnost je stečena unazad nekoliko godina zbog poboljšanja u sigurnosti i brzini transakcija što nije bilo slučaj u prijašnjim godinama kada je za sitnu transakciju bilo potrebno više koraka i strpljenja.

Nadogradnjom sustava platformi poput Crypto.com, Coinbase i drugima stvorena je mogućnost brzog, lakog i sigurnog načina provođenja transakcija. Većina poduzeća nije spremna niti željna uvoditi mogućnost plaćanja putem kripto valuta jer nisu dovoljno upoznati s načinom odvijanja takvog načina izvođenja transakcija. Ovakav način zahtjeva da poduzeće također ima svoj virtualni novčanik preko kojeg će moći provoditi platne transakcije, na što većina poduzeća nije spremna niti se želi upustiti.¹⁰⁶

¹⁰⁵ D. Ivanišević, *Primjena i značaj beskontaktnog plaćanja u turizmu*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2021, str. 25

¹⁰⁶ Ibidem, str. 27-29

6. ANALIZA KARTIČNOG POSLOVANJA NA PRIMJERU ARENA HOSPITALITY GROUP D.D.

Arena Hospitality Group d.d. je međunarodno poduzeće koje ima široki portfelj, te je jedno od najdinamičnijih hotelskih grupacija na prostorima srednje i istočne Europe. Portfelj se sastoji od 27 objekata i preko 10.000 smještajnih jedinica u Hrvatskoj, Srbiji, Njemačkoj, Mađarskoj i Austriji. Iako je poduzeće prisutno u više država u Europi, poslovanje se i dalje u najvećem obujmu odvija u Hrvatskoj, točnije u Istri koja je posjećena u velikom broju tokom ljetnih mjeseci.

Ovo je prva hrvatska kompanija koja posjeduje ekskluzivnu licencu za upravljanja i razvijanje hotela pod renomiranim međunarodnim brandom Park Plaza u 18 zemalja srednje i istočne Europe.¹⁰⁷

Nakon više od 40 godina poslovanja samo u Istri, krajem 2016. godine značajno su proširili svoje poslovanje izvan granica Republike Hrvatske, pa sada imaju u vlasništvu, suvlasništvu, najmu i pod upravljanjem hotele u Njemačkoj i Mađarskoj.

Arena Hospitality Group d.d. u vlasništvu ili suvlasništvu ima deset hotela i četiri apartmanska naselja te posjeduje 50% vlasničkih udjela u dva objekta koja se nalaze u njihovom trenutnom portfelju i kojima grupacija trenutno upravlja. Ima sklopljene ugovore o upravljanju za svih 27 objekata u svom vlasništvu ili suvlasništvu, dok ugovori o upravljanju s trećim stranama omogućuju vlasnicima tih objekata da zadrže vlasništvo nad svojim objektom, ali se Arena Hospitality Group d.d. brine za tekuće upravljanje.¹⁰⁸

Uprava društva nalazi se u Puli, gdje je i najveći obujam poslovanja. Društvo posjeduje četiri hotela na području Pule, te tri hotela u Medulinu. Uz hotele, društvo je u vlasništvu osam kampova i sedam resorta na području Pule i Medulina, a ostali objekti u vlasništvu društva nalaze se u državama diljem Europe.

¹⁰⁷ Arena Hospitality Group, Portfelj – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/portfelj>

¹⁰⁸ Arena Hospitality Group, Poslovni model – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/poslovni-model>

Grupa pretežito ostvaruje prihode od odmorišnog turizma u Republici Hrvatskoj, te od poslovnog turizma u Njemačkoj i Mađarskoj, gdje u hotelima odsjedaju poslovni putnici, putnici u slobodno vrijeme, kao i sudionici kongresa i sajмова.¹⁰⁹

Grupacija ima i članstvo u raznim strukovnim organizacijama kao što su Hrvatska turistička zajednica, Turistička zajednica Istarske županije, Turistička zajednica Medulin, Turistička zajednica Pula, Hrvatska udruga turizma, Udruga hrvatskih putničkih agencija, Hrvatska gospodarska komora, Kamping Udruženje Hrvatske, Udruga poslodavaca u hotelijerstvu Hrvatske.¹¹⁰

6.1. Vrijednost kartičnih transakcija u 2019. godini

Tablica 4. Vrijednost transakcija po vrstama kartica za Arena Hospitality Group d.d. za 2019. g.

2019.	AMERICAN EXPRESS	DINERS	MAESTRO	MASTERCARD	VISA
siječanj	63.481,57	15.358,00	43.655,63	242.924,42	154.156,65
veljača	44.762,00	10.426,50	125.310,75	174.236,51	196.419,66
ožujak	85.691,46	20.238,00	133.786,90	292.263,92	291.052,06
travanj	306.251,14	50.202,90	980.757,68	2.059.345,54	1.880.276,19
svibanj	624.678,42	90.711,39	1.361.202,14	3.363.790,52	3.896.045,80
lipanj	1.184.370,56	156.274,95	6.533.111,96	14.295.914,54	16.063.591,47
srpanj	2.439.279,88	328.844,24	11.969.924,21	32.334.259,91	33.232.462,70
kolovoz	3.106.481,44	358.177,58	19.337.459,91	42.431.727,91	40.320.194,68
rujan	1.200.532,27	71.445,14	5.878.149,94	13.734.170,44	14.163.614,06
listopad	161.498,29	29.919,74	420.887,71	1.501.704,13	1.481.234,57
studeni	54.990,47	29.165,50	85.259,83	300.053,83	472.369,75
prosinac	18.203,63	6.360,50	52.587,42	116.515,02	145.808,83
UKUPNO	9.290.221,13	1.167.124,44	46.922.094,08	110.846.906,69	112.297.226,42

Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

¹⁰⁹ Arena Hospitality Group, Naša priča – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/nasa-prica>

¹¹⁰ Arena Hospitality Group, Članstvo – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/clanstvo>

Kroz detaljnu analizu istraženih podataka te segmentaciju platnog prometa predmetnog društva Arena Hospitality Group d.d., dobivena je podjela prema platnim karticama i mjesecima provođenja transakcija iz kojega su vidljive oscilacije u količini transakcija, odnosno vrijednosti transakcija u zimskom periodu za razliku od ljetnog. Kako se radi o poduzeću pretežno sezonskog karaktera, vidljivo je da su vrijednosti transakcija tokom prva tri mjeseca i zadnjih dva mjeseca u godini relativno manji, odnosno niti jedna vrsta kartica ne dostiže milijun kuna u vrijednosti transakcija platnim karticama. U tom periodu većina hotela u grupaciji je zatvoreno, jer su poslovno orijentirani prema ljetnoj sezoni o kojoj i ovisi poslovanje cijele grupacije, te nekolicina hotela i kampova produžuje svoju sezonu ovisno o popunjenosti.

Primjerice, Hotel „Park Plaza Belvedere“ u Medulinu ostaje otvoren gotovo cijelu godinu zbog odlične popunjenosti u ljetnim mjesecima, te vrlo dobru popunjenost kroz zimski period. Hotel je u zimskom periodu posjećen od strane raznih sportaša koji dolaze grupno, ali i pojedinačno na pripreme za natjecanja. Kroz duži niz godina poslovanja stvorili su klijente koji učestalo posjećuju Hotel „Belvedere“ te provode pripreme za natjecanja u sklopu dodatnih sadržaja koje poduzeće pruža, poput nogometnih igrališta, teniskih terena, bazena i terena za bacanje diska, kladiva i drugog.¹¹¹

Također i nekolicina kampova spada u objekte koji su otvoreni veći broj mjeseci, što je postao slučaj tek kod pojave Covid-19 bolesti, kada su ljudi počeli raditi mobilno te su uvidjeli kako bi istovremeno mogli raditi mobilno, ali i posjetiti neku drugu zemlju.

Kroz pregled tablice vidljivo je kako se primicanjem sezone povećava vrijednost transakcija platnim karticama, odnosno vrijednosti u predsezoni su stabilne te su u kontinuiranom rastu. Usporedbom svibnja i lipnja vidljiva je velika razlika u vrijednosti transakcija platnih kartica, kod nekih kartica je došlo do povećanja i do nekoliko puta. Vrijednost transakcija svih platnih kartica za mjesec svibanj iznosila je 9.336.428,27 kuna, dok je za lipanj vrijednost iznosila 38.233.263,48 kuna. Usporedbom svibnja i lipnja vidljivo je povećanje vrijednosti od skoro 4,1 puta, a to povećanje označava početak sezone i završetak prethodnog perioda predsezona, koji je bio popraćen slabijim vrijednostima transakcija platnim karticama. Uzeći u obzir kako je lipanj

¹¹¹ Arena hotels, Sport – pustolovni odmori u Hrvatskoj - dostupno na: <https://www.arenahotels.com/hr/ponuda/sport>

svojevrсни pokazatelj početka sezone, pokazane vrijednosti predstavljaju vrlo dobre rezultate, no uzevši podatke za srpanj gdje vrijednosti transakcija platnim karticama iznosi 80.304.770,94 kune, vidljivo je kako su vrijednosti došle do skoro duplog povećanja. Kroz osmi mjesec također su ostvareni odlični rezultati gdje je ukupna vrijednost transakcija platnim karticama za kolovoz iznosila 105.554,041,52 kune. Ovakvi pokazatelji prikazuju kako se Arena Hospitality Group d.d. oslanja na mjesec srpanj i kolovoz kao svojevršne nositelje poslovanja. Sumiranjem svih vrijednosti transakcija platnih kartica dobivena je ukupna vrijednost transakcija koja iznosi 280.523.572,76 kuna za 2019. godinu, što čini više od polovice ukupnog prihoda društva koje je iznosilo 542.177.985 kuna. Cijela grupacija je u 2019. godini ostvarila prihode od 788.548.074 kuna, no nije poznata ostvarena vrijednost transakcija platnim karticama u ostalim državama u kojima posluje poduzeće.

Vrsta platne kartice sa najvećom vrijednosti transakcija u 2019. godini je Visa kartica sa vrijednošću od 112.297.226,42 kune. Kod ove vrste platne kartice u izvještajima nije naznačeno o kojoj se vrsti kartice radi, da li o debitnoj ili kreditnoj, pa nije moguće definirati koliki iznos transakcija je izvršen kreditnom, a koliki debitnom karticom. No, vidljivo je kako su Visa kartice vrlo korištene i među najpopularnijima u svijetu upravo zbog svog širokog spektra upotrebe, odnosno širokog asortimana proizvoda.¹¹²

Nakon Visa kartica sljedeće najkorištenije kartice jesu Mastercard kako na globalnom tržištu, tako i u društvu Arena Hospitality Group d.d., gdje vrijednost transakcija kreditnim karticama Mastercard iznosi 110.846.906,69 kuna.

Ostale dvije kreditne kartice American Express i Diners bile su korištene u manjem obujmu, što ukazuje na manju rasprostranjenost na tržištu, s obzirom da su to nebankovne organizacije. Ukupna vrijednost transakcija American Expressa je za 2019. godinu iznosila 9.290.221,13 kuna, dok je Diners iznosio 1.167.124,44 kune. Maestro kao debitna kartica je također korištena u većem obujmu, te je sa njom ostvarena vrijednost transakcija u iznosu od 46.922.094,08 kuna.

¹¹² Merchant Machine, *Most Popular Credit By Country: Visa, Mastercard Or Amex*, 2017. – dostupno na: <https://merchantmachine.co.uk/visa-mastercard-amex/>

6.2. Vrijednost kartičnih transakcija u 2020. godini

Tablica 5. Vrijednost transakcija po vrstama kartica za Arena Hospitality Group d.d. za 2020. g.

2020.	AMERICAN EXPRESS	DINERS	MAESTRO	MASTERCARD	VISA
siječanj	19.724,74	9.588,32	92.274,65	235.226,06	158.062,71
veljača	10.932,68	8.900,29	110.100,12	210.251,50	227.807,82
ožujak	5.702,75	437,00	44.005,37	98.057,05	58.501,40
travanj	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
svibanj	745,00	133,74	49.089,10	48.269,01	81.861,81
lipanj	123.836,91	55.256,25	1.768.582,10	3.763.415,47	3.962.262,28
srpanj	505.893,62	116.896,48	7.297.778,82	15.638.080,80	15.171.028,17
kolovoz	762.424,67	128.330,97	8.094.424,14	19.308.441,66	19.076.002,20
rujan	101.391,89	23.247,54	1.314.683,94	2.644.522,94	3.396.560,75
listopad	29.898,78	12.229,76	156.438,33	254.328,20	238.339,59
studeni	2.138,72	6.987,73	19.620,52	80.675,72	54.967,73
prosinac	0,00	-1.007,84	6.442,53	10.903,90	17.836,12
UKUPNO	1.562.689,76	361.000,24	18.953.439,62	42.292.172,31	42.443.230,58

Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

Vrijednosti za 2020. godinu pokazatelji su dosta slabije sezone uslijed pandemije Covid-19 bolesti koja je zahvatila cijeli svijet i čije su posljedice ostavile duboki trag na cjelokupnu ekonomiju. Turizam kao grana gospodarstva bio je vrlo zahvaćen tokom pandemije, upravo zbog toga što su države pojavom virusa počele uvoditi razne mjere kako bi zaštitili stanovništvo od bolesti. Uvedenim mjerama značajno se onemogućilo domicilno i međunarodno kretanje te obavljanje raznih djelatnosti, a posljedica mjera je u konačnici dovela do poremećaja u sferi putovanja.¹¹³

Gledajući globalnu razinu, turistički promet sveden je na minimum, zbog čega je turistički sektor postao nepredvidljiv i nesiguran. Rezultati početkom godine bili su

¹¹³ Hrvatska turistička zajednica, *Analiza turističke sezone 2020.*, 2020. – dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf>

obećavajući, no u travnju i svibnju poslovna aktivnost je bila na povijesno najnižoj razini, kao što je vidljivo iz analize podataka na primjeru Arena Hospitality Group d.d. gdje u travnju nema kartičnih plaćanja. Približavanjem sezone počinje ublažavanje epidemioloških mjera i djelomičnog oživljavanja turizma, što je vidljivo kroz svibanj i lipanj kada su vrijednosti počele rasti, iako te vrijednosti nisu ni približne onima iz prethodne godine.

Primjerice, vrijednosti transakcija Mastercard kartica u lipnju iznosile su 3.763.415,47 kuna dok su za isti mjesec 2019. godine iznosile 14.295.914,54 kuna. Ukupna vrijednost transakcija platnim karticama iznosila je 105.612.532,51 kuna dok je vrijednost transakcija u 2019. godini bila 280.523.572,76 kuna. Evidentno je kako su rezultati znatno lošiji od prošlogodišnjih, no uspio se ostvariti određeni turistički promet unatoč velikom broju zaraženih osoba i vrlo strogim preventivnim mjerama. Približavanjem jeseni broj zaraženih osoba je u konstantnom porastu, a time dolazi do strožih preventivnih mjera i snažne redukcije međunarodnog prometa što je utjecalo na skromnije rezultate u ostatku godine. Ovo je primjetno na konkretnom primjeru Arena Hospitality Group d.d. gdje su u rujnu ostvarene vrijednosti slične kao u lipnju, no završetkom rujna vrijednosti rapidno opadaju, te su na rekordno niskim razinama. Uspoređujući prosinac 2020. godine sa onim iz 2019. godine, primjetna je razlika u ostvarenim vrijednostima transakcija platnim karticama gdje je 2020. godine vrijednost iznosila 34.174,71 kuna, dok je u 2019. godini vrijednost iznosila 339.475,40 kuna.

Nadalje, uzeći okolnosti na globalnoj razini koje su utjecale na turistički promet svih zemalja, Hrvatska je ostvarila rezultate koji su nadmašili pokazatelje većine konkurenata. Na nacionalnoj razini Hrvatska je ostvarila 7,8 milijuna turističkih dolazaka što je 37% razine prometa iz 2019. godine te 54,4 milijuna noćenja što je 50% razine prometa iz 2019. godine. Prihodi ostvareni od turizma u 2020. godini su relativno zadovoljavajući, s obzirom da je bilo 64,2% manje turista, nego u rekordnoj 2019. godini. Prihodi od putovanja i turizma od stranih turista iznosili su 4,8 milijardi eura, što je za 54,3% manje, nego u 2019. godini kada su prihodi od turizma iznosili 10,5 milijardi eura.¹¹⁴

¹¹⁴ Vlada Republike Hrvatske, *Brnjac: Možemo biti relativno zadovoljni prihodima od turizma u 2020., 2021.* – dostupno na: <https://vlada.gov.hr/vijesti/brnjac-mozemo-biti-relativno-zadovoljni-prihodima-od-turizma-u-2020/31771>

6.3. Vrijednost kartičnih transakcija u 2021. godini

Tablica 6. Vrijednost transakcija po vrstama kartica za Arena Hospitality Group d.d. za 2021. g.

2021.	American Express	Diners	Maestro	Mastercard	VISA
siječanj	5.209,75	4.627,25	18.875,25	46.621,22	59.202,68
veljača	9.449,00	14.396,25	61.663,17	58.100,28	135.125,20
ožujak	12.186,78	18.785,78	100.356,56	190.500,76	295.647,16
travanj	36.022,06	39.843,01	444.464,59	614.783,84	860.832,32
svibanj	69.984,24	48.628,64	892.810,57	1.420.342,91	1.667.538,13
lipanj	278.740,36	129.310,37	3.009.040,14	7.886.625,52	7.983.833,46
srpanj	1.656.511,89	321.802,24	11.458.986,85	37.283.072,75	32.985.074,73
kolovoz	2.853.596,92	243.443,85	21.870.862,30	51.966.486,11	50.300.277,44
rujan	876.958,54	103.036,15	9.058.529,86	20.448.239,07	19.982.351,34
listopad	156.575,09	10.459,72	644.794,76	1.751.122,36	1.820.981,38
studeni	85.605,27	28.281,61	42.820,42	225.466,73	364.298,56
prosinac	1.324,25	2.710,48	35.626,87	182.457,23	310.239,16
UKUPNO	6.042.164,15	965.325,35	47.638.831,34	122.073.818,78	116.765.401,56

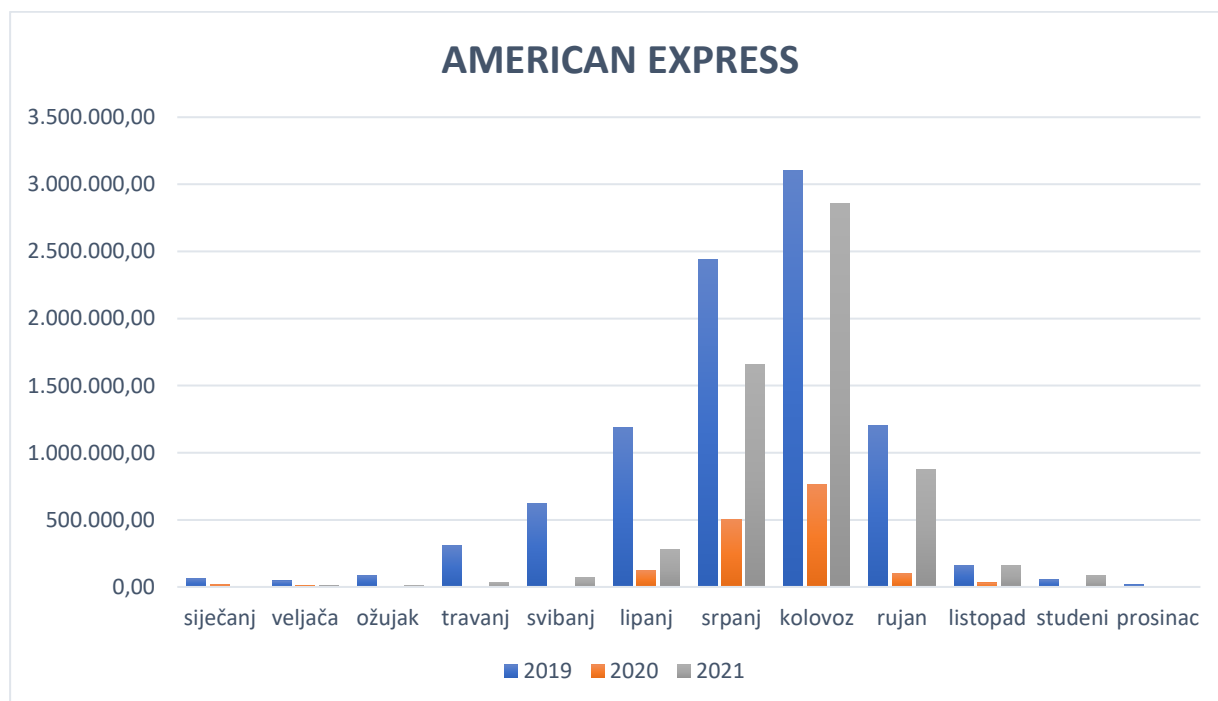
Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

Kroz ovu tablicu vrijednosti transakcija platnih kartica za 2021. godinu pruža se uvid u rezultate društva godinu dana nakon pojave pandemije Covid-19 bolesti. Većina poduzeća se prilagodilo na nove načine poslovanja i uvažavanje preventivnih mjera, što je dovelo do ostvarivanja dobrih rezultata usprkos izazovima. Promatrajući uzeti primjer poduzeća Arena Hospitality Group d.d. vidljiv je porast u vrijednostima transakcija platnih kartica, što je pokazatelj povećanja turističkog prometa i dobre pripremljenosti poduzeća. Ukupna vrijednost cijele godine iznosi 293.485.541,18 kuna, dok je u 2020. godini iznosila već spomenutih 105.612.532,51 kuna. Tu je uočljivo veliko povećanje, no usporedivši 2021. godinu sa rekordnom 2019. godinom također je vidljivo povećanje od 12.961.968,41 kuna. Iz čega se može zaključiti kako su u 2021. godini ostvareni odlični rezultati unatoč daljnjem prisustvu pandemije Covid-19 bolesti, preventivnih mjera i restrikcija.

Štoviše, vrijednosti transakcija platnih kartica u 2021. godini nadmašile su one u rekordnoj 2019. godini, dapače to je rezultat ublažavanja preventivnih mjera i restrikcija zbog znatnog smanjenja broja zaraženih. No, takva situacija nije svugdje jednaka, uzeći u obzir podatke za cijelu Hrvatsku u 2021. godini ostvareno je 67% dolazaka i 77% noćenja iz 2019. godine. Dok je u Hrvatskoj je tokom 2021. godine ostvareno 13,8 milijuna dolazaka i 84,1 milijuna noćenja što je 77% više dolazaka i 55% više noćenja nego u 2020. godini.¹¹⁵ Uzeći tri najkorištenije kartice iz analize Mastercard, Visu i Maestro i usporedivši vrijednosti iz kolovoza 2019. i 2021. godine vidljivo je povećanje u korištenju kartica odnosno u ostvarenju većih vrijednosti transakcija tim platnim karticama.

6.4. Vrijednosti transakcija učinjenih American Express karticama

Graf 6. Vrijednost kartičnih transakcija učinjenih American Express karticama 2019.-2021.



Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

¹¹⁵ Hrvatska turistička zajednica, *U 2021. godini Hrvatsku posjetilo gotovo 14 milijuna turista, 2022.* – dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2021-godini-hrvatsku-posjetilo-gotovo-14-milijuna-turista>

American Express je kreditna kartica koja je jedna od najprepoznatljivijih kartica na svijetu, a kroz povijest je uvijek simbolizirala i predstavljala oličenje kreditnih kartica. Kroz analizu vrijednosti transakcija platnim karticama na primjeru poduzeća Arena Hospitality Group d.d. u 2019. godini ostvareni promet kreditnom karticom American Express iznosio je 9.290.221,13 kuna. Kroz prva tri mjeseca je vidljivo kako se American Express nije koristio u velikoj mjeri, no to je posljedica slabije posjećenosti objekata. Ista situacija je i kroz zadnja tri mjeseca.

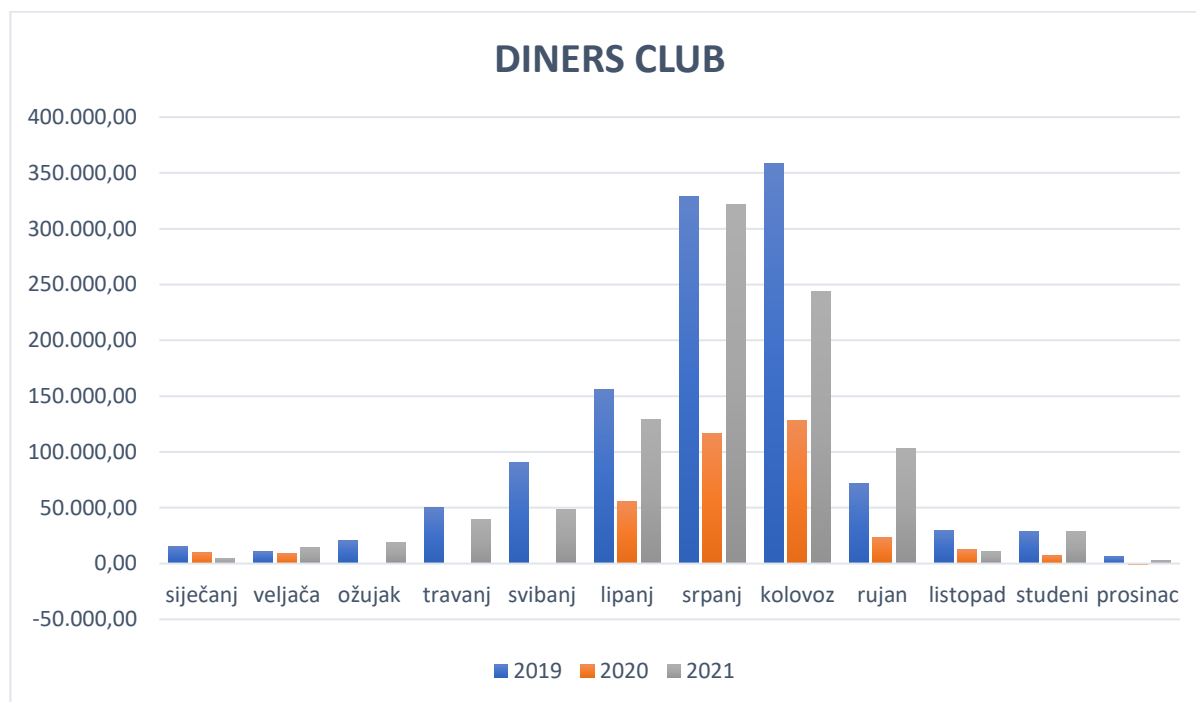
Početak travnja vrijednosti transakcija se kreću uzlaznom putanjom te dostižu vrhunac u kolovozu s iznosom od 3.106.481,44 kune. Nakon kolovoza vrijednosti transakcija kreću padati, te su se u rujnu vrijednosti transakcija smanjile za više od duplo kada su iznosile 1.200.532,27 kune. Vidljivo je kako American Express također prati tržište, odnosno vrijednosti transakcija se kreću u skladu sa sezonom, najveće ostvarene vrijednosti su prikazane kroz lipanj, srpanj, kolovoz i rujan.

Kroz usporednu analizu American Express kreditnih kartica evidentno je kako su vrijednosti iz 2019. godine veće u odnosu na one iz 2021. godine. Odstupanja vrijednosti su izražena kroz skoro cijelu godinu osim u kolovozu gdje su vrijednosti približne, te se razlikuju za 252.884,52 kune. Kroz kolovoz kao najuspješniji mjesec u 2021. godini približno su se ostvarile vrijednosti iz 2019. godine, dok su kod ostalih mjeseci i dalje vidljive veće razlike u vrijednostima transakcija.

Što se tiče 2020. godine vrijednosti transakcija vrlo su oskudne, te niti u jednom mjesecu u godini vrijednosti transakcija ne prelaze milijun kuna, što je u 2019. godini bila redovita pojava. Evidentno je kako je zbog pandemije Covid-19 općenito smanjio promet u turizmu, time i vrijednosti transakcija. American Express iako vrlo popularna kreditna kartica nije toliko korištena na područjima Republike Hrvatske, to je vidljivo i na uzetom primjeru analize kartičnog plaćanja gdje se korištenje American Express kartica nije drastično smanjilo pojavom pandemije Covid-19. Veće promjene dogodile su se kod ostalih kartica koju su više korištene, te je kod njih vidljiva veća razlika u pred-pandemijskim vrijednostima u usporedbi s onima nakon pojave pandemije.

6.5. Vrijednosti transakcija učinjenih Diners Club karticama

Graf 7. Vrijednost kartičnih transakcija učinjenih Diners Club karticama 2019.-2021.



Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

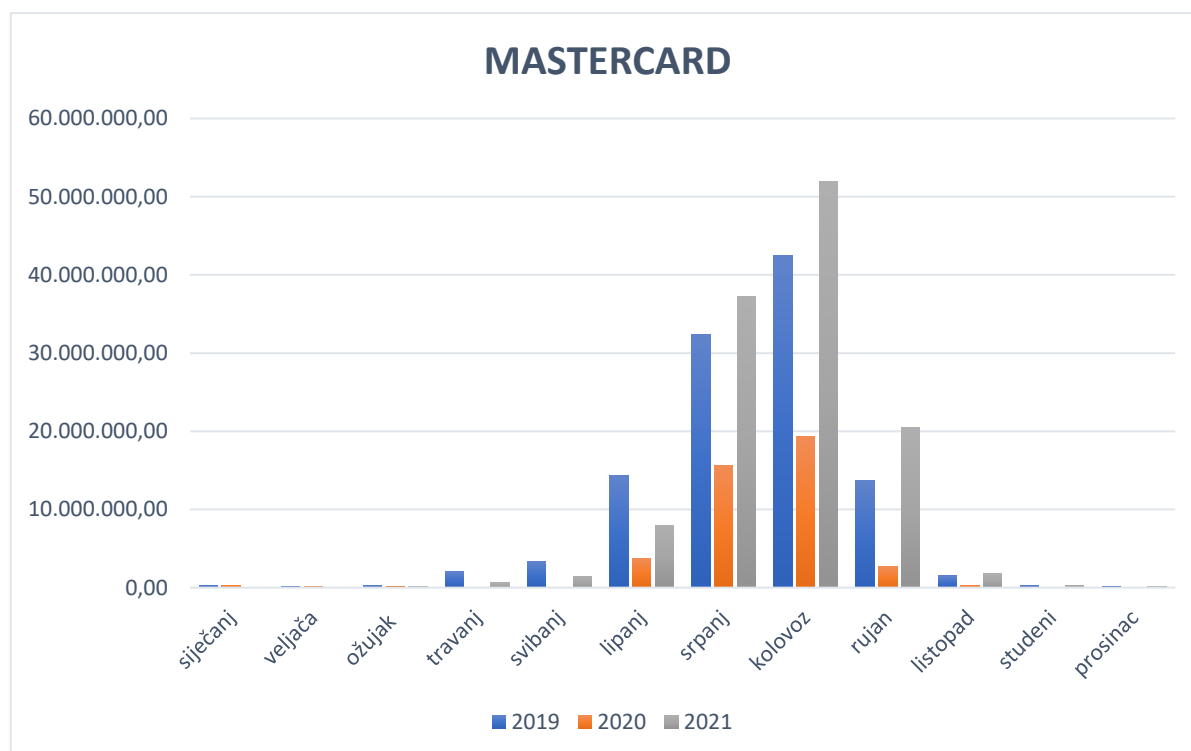
Kroz analizu vrijednosti transakcija platnim karticama poduzeća, vidljivo je kako je Diners Club kreditna kartica najmanje korištena, odnosno nisu ostvarene vrlo velike vrijednosti kao kod drugih kreditnih kartica. Diners karticama je kroz 2019. godinu ostvareno 1.167.124,44 kune, što predstavlja vrlo mali iznos vrijednosti transakcija u usporedbi s drugima. Ovime je vidljivo kako je Diners Club kreditna kartica manje zastupljena, najveće vrijednosti su ostvarene kroz srpanj i kolovoz. U srpnju 2019. godine vrijednost transakcija je iznosila 328.844,24 kune, a u kolovozu 358.177,58 kune. Vrijednosti za ta dva mjeseca su podjednake, no vrlo male u odnosu na druge gdje u tim mjesecima vrijednosti transakcija prelaze milijune kuna.

Uspoređujući srpanj i kolovoz 2019. godine sa vrijednostima iz 2021. godine zamjetno je smanjenje vrijednosti transakcija u popriličnom obujmu osim u lipnju i srpnju kada su vrijednosti bile približno jednake u odnosu na 2019. godinu. Kroz 2020. godinu vidljive su vrlo slabe vrijednosti transakcija, ukupna vrijednost transakcija Diners karticama za 2020. godinu iznosi 361.000,24 kuna što je iznos koji je gotovo ostvaren u samo jednom mjesecu u 2019. godini. Upravo su kroz ovakve brojke

primjetne oscilacije i promjene na globalnom tržištu koje su se dogodile uslijed pojave pandemije Covid-19 bolesti.

6.6. Vrijednosti transakcija učinjenih MasterCard karticama

Graf 8. Vrijednost kartičnih transakcija učinjenih MasterCard karticama 2019.-2021.



Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

Mastercard kreditne kartice predstavljaju jednu od najpopularnijih i najzastupljenijih kreditnih kartica na tržištu uz Visa i American Express kartice. Ukupna vrijednost transakcija Mastercard karticama za 2019. godinu iznosi 110.846.906,69 kuna, što je tek dva milijuna kuna manje nego što je ostvareno kroz Visa kartice gdje je točnije vrijednost transakcija iznosila 112.297.226,42 kune.

Obje kartice imaju velike udjele na tržištu kako globalnom tako i na Hrvatskom, primjerice 2020. godine u SAD-u postotak Visa kreditnih kartica u cirkulaciji iznosio je 49,54%. a Mastercard-a 34,52%. Vidljivo je kako Visa predvodi na američkom tržištu i kako se polako stvara separacija od ostatka tržišta, no uspoređujući podatke iz 2016.

godine Visa kartice doživljavaju blagi pad udjela na tržištu kada su imali 52,84% svih kartica u optjecaju.¹¹⁶

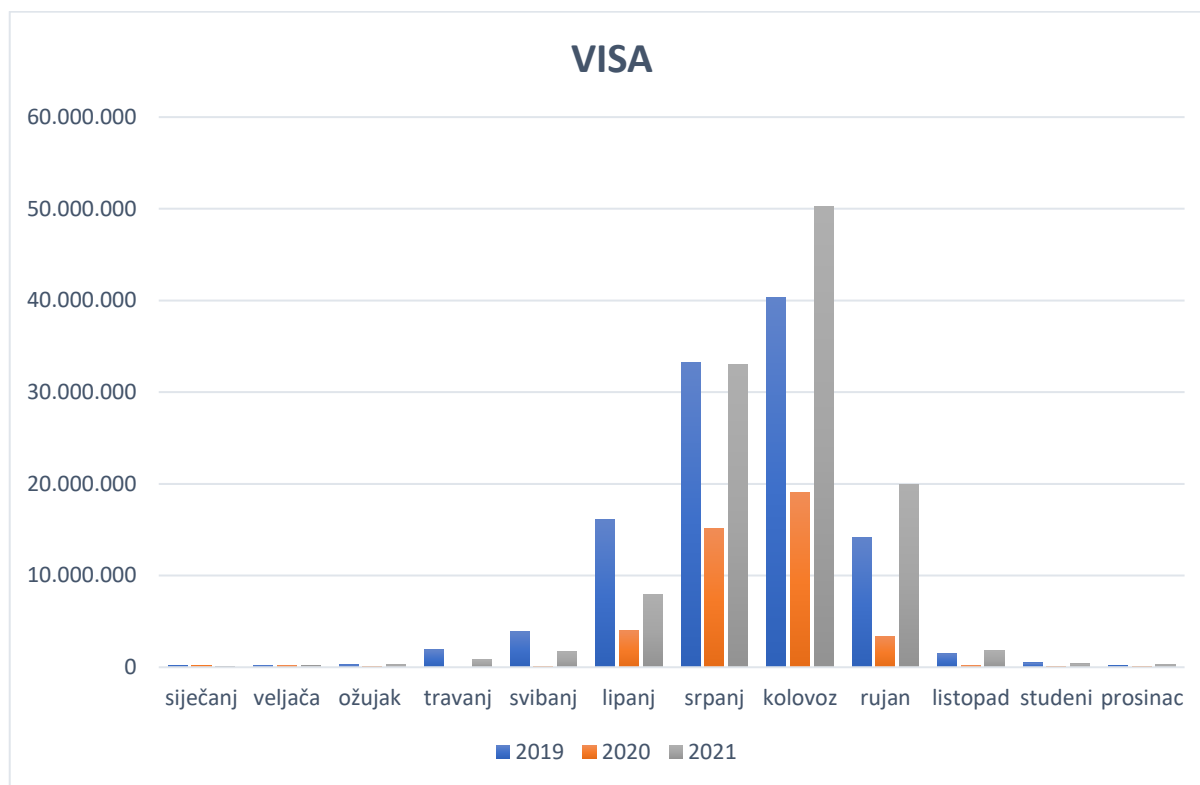
Najbolje ostvarene vrijednosti Mastercard karticama ostvarene su kroz srpanj i kolovoz, no odlične vrijednosti su postignute i kroz lipanj i rujan gdje su iznosile preko deset milijuna kuna. Kolovoz je vrlo važan mjesec za cijelo poduzeće zbog najvećih broja noćenja i najvećih prihoda. Mastercard karticama je u kolovozu prihodovano 42.431.727,91 kunu za razliku od Visa kartica koje su ostvarile 40.320.194,68 kuna što je oko dva milijuna kuna manje nego kod Mastercard kartica. Ovime je vidljivo da su obje vrste kartica podjednako pozicionirani odnosno korišteni u konkretnom slučaju.

Sagledavajući Mastercard kartice kroz uzeti period od tri godine vidljive su velike oscilacije, najveći pad vrijednosti transakcija vidljiv je početkom travnja koji traje cijelu 2020. godinu gdje je u kolovozu vrijednost transakcija iznosila 19.308.441,66 kuna, u istom periodu 2021. godine vrijednost transakcija iznosila je 51.966.486,11 kuna. Uočljiva je vrlo velika promjena u vrijednostima transakcija, te je interesantno kako se vrlo brzo vrijednost transakcija oporavila s obzirom na veliki utjecaj pandemije na cjelokupni sektor turizma. Također, ukupne vrijednosti Mastercard kreditnih kartica u 2021. godini nadilaze vrijednosti onih iz 2019. godine za čak 11.226.912,09 kuna, što je najveće povećanje vrijednosti transakcija u tom analiziranom trogodišnjem periodu. Ostale vrste kartica koje su ostvarile povećanje ukupne vrijednosti transakcija u tom periodu nisu toliko značajne koliko i kod Mastercard kreditnih kartica.

¹¹⁶ Rodriguez, Ch., *U.S. Credit Card Market Share by Network & Issuer – Facts & Statistics, 2022.* - dostupno na: <https://upgradedpoints.com/credit-cards/us-credit-card-market-share-by-network-issuer/>

6.7. Vrijednosti transakcija učinjenih VISA karticama

Graf 9. Vrijednost kartičnih transakcija učinjenih VISA karticama 2019.-2021.



Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

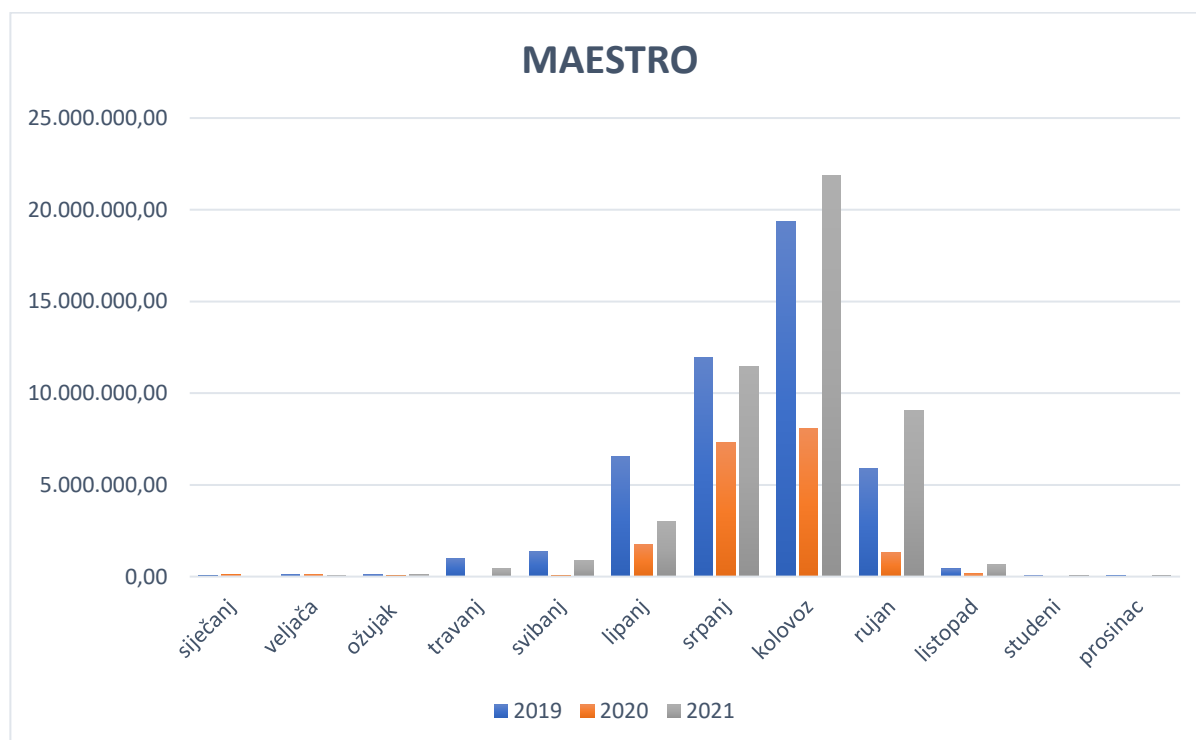
Visa kartice su vidljivo predvodnici po vrijednostima transakcija platnim karticama te se nalaze i ispred Mastercard kartica sa ukupnom vrijednošću od 112.297.226,42 kune što je otprilike dva milijuna kuna više od Mastercarda. Kao što je navedeno Visa kartice su kroz kolovoz imale manje vrijednosti od Mastercarda, no kroz ostale mjesece u godini Visa kartice su većinski predvodile u vrijednostima transakcija. Visa kartice kroz ovo istraživanje su konsolidirane, odnosno nije bilo moguće raspoznati i raspodijeliti Visa kartice na kreditne, debitne ili prepaid što nije slučaj kod ostalih kartica kod kojih se zna o kojoj vrsti platne kartice se riječ. American Express, Diners i Mastercard predstavljaju kreditne kartice, Maestro debitne dok Visa kartice su kroz ovo istraživanje grupirane. Dostupnost podataka o kojoj vrsti Visa kartice je riječ nije moguća jer kod odabira naplate radnici na recepciji, konobari i radnici na bazenu mogu odrediti u programu kojom karticom će se izvršiti naplata (Mastercard, Visa, American Express ili Diners), no ne i o kojom će se vrstom kartice izvršiti naplata (kreditna, debitna ili prepaid). Sagledavanjem platnih kartica kroz ovo istraživanje vidljivo je kako

se veliki dio ukupnih vrijednosti transakcija obavio putem kreditnih kartica, no nije moguće sa točnošću odrediti koliki iznos zbog nedefiniranosti Visa kartica. Međutim, zbog velikih ukupnih vrijednosti transakcija kreditnim karticama moguće je pretpostaviti da je veliki postotak vrijednosti transakcija Visa platnim karticama izvršen upravo Visa kreditnim karticama.

Nadalje, uspoređujući kretanje vrijednosti transakcija Visa kartica uočljivo je veliko odstupanje vrijednosti kroz analizirane godine. Promjene vrijednosti transakcija sličnog su kretanja kao kod Mastercard kartica, sagledavajući presjek vrijednosti transakcija Mastercard i Visa kartica primjetno je kako su vrijednosti približno jednake te da se kreću približnom putanjom. Ukupna vrijednost Visa kartica za 2020. godinu iznosi 42.443.230,58 kuna, dok je ukupna vrijednost u 2021. godini iznosila 116.765.401,56 kuna. Vidljiv je veliki pad vrijednosti u 2020. godini sa pojavom pandemije, te nagli rast vrijednosti u 2021. godini koji je nadmašio vrijednosti transakcija iz 2019. godine.

6.8. Vrijednosti transakcija učinjenih Maestro karticama

Graf 10. Vrijednost kartičnih transakcija učinjenih Maestro karticama 2019.-2021.



Izvor: izrada autora prema podacima o vrijednostima kartičnih transakcija dobivenih od Arena Hospitality Group d.d.

Maestro kartice predstavljaju čisto debitne kartice koje su također korištene u velikoj mjeri, više od kreditnih kartica American Express i Diners Cluba. Ukupna vrijednost transakcija Maestro karticama u 2019. godini iznosila je 46.922.094,08 kuna, dok je 2020. godine vrijednost drastično opala na vrlo niskih 18.953.439,62 kuna, što je vidljivo u grafu gdje je vrijednost iz 2020. godine skoro u svakom mjesecu duplo manja nego u onima u 2019. godini. Nakon prilagodbe na novonastalu situaciju pandemije Covid-19 bolesti turizam se polako vraća na pred-pandemijsko stanje, te je primjetnije niveliranje vrijednosti transakcija platnih kartica. Kroz analizu podataka vidljivo je kako se u nekim mjesecima vrijednost transakcija Maestro karticama povećala u usporedbi s vrijednostima iz 2019. godine, primjerice u kolovozu 2021. godine ostvarena je vrijednost transakcija u iznosu od 21.870.862,30 kuna, dok je u istom mjesecu 2019. godine ostvarena vrijednost od 19.337.459,91 kuna. Sagledavajući ukupnu vrijednost transakcija Maestro karticama za 2021. godinu koja iznosi 47.638.831,34 kuna vidljiv je porast vrijednosti u odnosu na 2019. i 2020. godinu.

Analiza vrijednosti transakcija platnih kartica na primjeru Arena Hospitality Group d.d. prikazuje pet vrsta platnih kartica te njihove provedene vrijednosti kroz period od tri godine. Godine koje su uzete u analizu jesu 2019., 2020. i 2021. godina, u tom periodu vidljiva je 2019. godina koja je prozvana rekordnom zbog najbolje ostvarenih rezultata u Republici Hrvatskoj te tako i u analiziranom poduzeću. Nadalje, analizirana je 2020. godina koja je vrlo značajna i koja odudara od ostatka analiziranih godina zbog vrlo niskih vrijednosti i slabijih rezultata. Pojavom pandemije Covid-19 bolesti globalni sektor turizma našao se u vrlo teškoj i, u tom trenutku, vrlo beznadnoj situaciji. No, pravodobnom zaštitom stanovništva i uvođenjem preventivnih mjera globalna situacija se poboljšava te se u 2021. godini vidi poboljšanje na globalnoj, ali i nacionalnoj razini. Rezultati ostvareni u 2021. godini vidljivi su pokazatelj oživljavanja poduzeća i smanjenje utjecaja pandemije. Vrijednosti transakcija platnih kartica u 2021. godini sveukupno su veći nego onih u 2019. godine, što je vrlo dobar pokazatelj oporavka od posljedica pandemije i naznaku kako će rezultati u 2022. godini biti još bolji.

7. ZAKLJUČAK

Kreditne kartice svoju ulogu kao globalno sredstvo plaćanja opravdavaju svojim karakteristikama kao što su jednostavnost korištenja, financijska sigurnost koju korisnik dobiva posjedovanjem kreditne kartice te prihvaćenost na velikom broju prodajnih mjesta u cijelome svijetu.

Današnje kreditne kartice uveliko se razlikuju od onih prvih izdanih 50-ih godina prošloga stoljeća. Danas se one kao što je već i navedeno, mogu koristiti gotovo svugdje, a i sama sigurnost u vezi njihova korištenja je dosta napredovala. Ono što je ostalo isto je ta ideja koju kreditna kartica predstavlja, a to je naravno mogućnost bezgotovinskog plaćanja, ali i da je korisnik kreditne kartice samo kupac, a izdavatelj iste je platitelj, odnosno izdavatelj korisniku omogućuje kratkoročni kredit kojim će on „platiti“ proizvod ili pruženu uslugu.

Činjenica je da danas skoro svatko posjeduje makar jednu kreditnu karticu u svome novčaniku, ako ne i više od jedne, pa upravo zato potražnja za njima svakim danom sve više raste, što kartičnu industriju čini jednom od najbrže rastućih. Ono što korisnike privlači kod kreditnih kartica je njihova praktičnost, jednostavnost korištenja, kao i sigurnost njihova korištenja koja predstavlja vrlo važan segment u životu potrošača, a posebice turista koji se nalaze u nepoznatoj sredini. To je jedan od načina bezgotovinskog plaćanja koji korisnici diljem svijeta koriste svakodnevno, ali i na putovanjima, u inozemstvu te za internetske kupovine.

Kreditna kartica je danas općeprihvaćeni način plaćanja, koji ne samo da olakšava plaćanje zbog činjenice da se mogu koristiti na velikom broju prodajnih mjesta svugdje u svijetu, nego i povećava samu kupovnu moć njezina korisnika te ima vrlo važnu ulogu u gospodarstvu.

U kartičnom poslovanju postoje četiri vrlo važna ugovora, koja su ujedno i najčešće korištena, a to su: Ugovor između izdavatelja i trgovca/davatelja usluga, Ugovor između izdavatelja i korisnika kreditne kartice, Ugovor između korisnika i trgovca/davatelja usluga te Ugovor između inozemnog organizatora i domaćeg izdavatelja. U svim navedenim odnosima ima jako puno odredbi bilo o obvezama plaćanja ili o naknadama i slično, te će se zato ukoliko dođe do sudskog spora on

rješavati u skladu s općim odredbama obveznog prava te praksom neimenovanih ugovora.

Pandemija Covid-19 bolesti koja je pogodila čitavi svijet zaustavila je skoro sav turistički promet i aktivnosti, te je ostavila duboki trag kako na čitavu globalnu ekonomiju tako i na sektor turizma. Zdravlje ljudi stavljeno je u prvi plan kroz čitav niz zaštitnih mjera i ograničenja kako bi se u što manjoj mjeri širila zaraza Covid-19 bolesti. No, to je za posljedicu imalo čitav niz tržišnih poremećaja i oscilacija, čiji će se utjecaj osjećati duži period. Republika Hrvatska je jedna od rijetkih zemalja u Europskoj uniji koja je ostvarila donekle pozitivne rezultate, to je dakako pokazatelj učinkovitosti provedenih mjera i općeg pridržavanja danih naputaka.

Analizirajući podatke o vrijednosti transakcija u 2019., 2020., i 2021. godini u hotelskom poduzeću Arena Hospitality Group d.d. može se doći do zaključka da su kartice jedno od najučestalijih, te čak i jedan od najpreferiranijih načina plaćanja. To je vidljivo u kroz analizu vrijednosti kartičnih transakcija u 2019. godini, gdje je većina plaćanja bila obavljena upravo korištenjem kartice. 2020. godine vidljiv je velik pad u vrijednosti kartičnih transakcija, a to se dogodilo zbog pojave Covid-19 bolesti te preventivnih mjera koje su stupile na snagu radi sprječavanja širenja zaraze. Već 2021. godine se vidi napredak s obzirom na prošlogodišnje rezultate, te se mogu poistovjetiti s onima iz 2019. godine za koju se kaže da je bila rekordna.

Ono što se još može zaključiti jest da se uporaba kreditnih, pa i ostalih vrsta kartica, s godinama povećava i može se pretpostaviti da će se taj trend nastaviti te da će kartično plaćanje postati primarni način plaćanja, ukoliko već nije. Također se sve više primjenjuju beskontaktna plaćanja, kao i plaćanja putem mobilnih uređaja, pa je za očekivati kako će se u budućnosti to sve više primjenjivati, te da će gotovina djelomično, ako ne i u potpunosti izaći iz upotrebe. Zamijenit će je kartice, a kartice bi mogli zamijeniti mobilni uređaji, koji će zapravo postati novi „novčanici“.

8. LITERATURA

1. Acomodeo, *Credit card usage in the travel industry: assets and sorrows*, 2016. – dostupno na: <https://company.acomodeo.com/en/blog/credit-card-usage>
2. Antičić, A. i D. Jelaš, *Uporaba prepaid kartica s primjerima trgovine sportskim proizvodima*, Split, Visoka škola za menadžment i dizajn Aspira, 2011.
3. Arena Hospitality Group, Portfelj – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/portfelj>
4. Arena Hospitality Group, Poslovni model – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/poslovni-model>
5. Arena Hospitality Group, Naša priča – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/nasa-prica>
6. Arena Hospitality Group, Članstvo – dostupno na: <https://www.arenahospitalitygroup.com/hr/o-nama/o-nama/clanstvo>
7. Arena hotels, Sport – pustolovni odmori u Hrvatskoj - dostupno na: <https://www.arenahotels.com/hr/ponuda/sport>
8. Baltić, D., *Percepcija usluga mobilnog plaćanja kod mladih korisnika*, Zagreb, Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet, 2021.
9. Cvitanić, S., „Neodoljivi sjaj plastike“, *Poslovni magazin*, broj 5, 2005.
10. Croatia full of life, *Credit and debit cards* – dostupno na: <https://croatia.hr/en-gb/money/credit-and-debit-cards>
11. Croatia osiguranje, *Osiguranje, Hrvatski časopis za teoriju i praksu osiguranja*, Samobor, Croatia osiguranje d.d. Zagreb, 2001.
12. Državni zavod za statistiku - <https://podaci.dzs.hr/hr/>
13. Erste Bank, *Priča o nastanku kartice* – dostupno na: <https://www.erstebank.hr/hr/gradjanstvo/racuni-i-kartice/kartice/o-bankovnim-karticama>
14. Europska centralna banka – statistički podaci – dostupno na: <https://sdw.ecb.europa.eu/reports.do?node=1000001403>
15. Forbes, *What Is A Contactless Credit Card?*, 2022. – dostupno na: <https://www.forbes.com/advisor/credit-cards/contactless-credit-cards/>
16. Gorenc, V. i V. Šmid, *Poslovno pravo u turizmu i ugostiteljstvu*, Zagreb, Školska knjiga, 1999.

17. Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, Zagreb, Hrvatska narodna banka, 2018.
18. Hrvatska narodna banka, *Platne usluge*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/statistika/statisticki-podaci/platne-usluge>
19. Hrvatska narodna banka, *Platne kartice i kartične transakcije*, 2015. – dostupno na: <https://www.hnb.hr/analize-i-publikacije/redovne-publikacije/platne-kartice-i-kartične-transakcije>
20. Hrvatska turistička zajednica, *Analiza turističke sezone 2020.*, 2020. – dostupno na: <https://www.htz.hr/sites/default/files/2021-04/Analiza%20turisti%C4%8Dke%20sezone%202020.pdf>
21. Hrvatska turistička zajednica, *U 2021. godini Hrvatsku posjetilo gotovo 14 milijuna turista*, 2022. – dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/press/objave-za-medije/u-2021-godini-hrvatsku-posjetilo-gotovo-14-milijuna-turista>
22. Ivanišević, D., *Primjena i značaj beskontaktnog plaćanja u turizmu*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2021.
23. Jelenski, M., M. Šuperina i J. Budiša, *Kriminalitet platnim karticama (krađa identiteta, krivotvorenje i zlouporaba platne kartice)*, Zagreb, Ministarstvo unutarnjih poslova RH, Policijska akademija Josip Budiša, 2013.
24. Jurić, Đ. „Računovodstvo poslovanja kreditnim karticama“, *Računovodstvo Revizija i Financije*, broj 11, 2019.
25. Ledinek, S. „Povijest kreditnih kartica“, *Infografika*, 2014. – dostupno na: <https://www.racunalo.com/povijest-kreditnih-kartica-infografika/>
26. Merchant Machine, *Most Popular Credit By Country: Visa, Mastercard Or Amex*, 2017. – dostupno na: <https://merchantmachine.co.uk/visa-mastercard-amex/>
27. National Bank, *5 reasons to use a credit card when you travel*, 2020. – dostupno na: <https://www.nbc.ca/personal/advice/credit/5-reasons-to-use-a-credit-card-when-you-travel.html>
28. Rodriguez, Ch., *U.S. Credit Card Market Share by Network & Issuer – Facts & Statistics*, 2022. - dostupno na: <https://upgradedpoints.com/credit-cards/us-credit-card-market-share-by-network-issuer/>
29. Šućur, I., *Tržište kartičnih proizvoda u Republici Hrvatskoj*, Zagreb, PBZ Card d.o.o., 2007.
30. UK Finance, *Card spending*, 2022. – dostupno na: <https://www.ukfinance.org.uk/data-and-research/data/card-spending>

31. Valentić, T., *Kartično poslovanje*, Osijek, Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Ekonomski fakultet u Osijeku, 2020.
32. Vesković, D., *Znanje i iskustva građanstva o kreditnim karticama*, Opatija, Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu, 2019.
33. Vlada Republike Hrvatske, *Brnjac: Možemo biti relativno zadovoljni prihodima od turizma u 2020.*, 2021. – dostupno na: <https://vlada.gov.hr/vijesti/brnjac-mozemo-biti-relativno-zadovoljni-prihodima-od-turizma-u-2020/31771>
34. Zakon o platnom prometu, Narodne Novine

9. PRIVITCI

- Tablica s podacima za 2019. godinu – Arena Hospitality Group d.d.

Description	Non Revenue Amount
VH - Visa POS Addiko Total	549,75
VZB - Visa DCC (valuta) Total	4.423.617,82
VD - Visa POS PBZ Total	-310,00
VS - Visa POS ZABA	103.659.686,69
ECH - MasterCard POS Addiko	2.499,25
ECS - MasterCard POS PBZ	1.316,00
ECD - MasterCard POS ZABA	102.229.695,69
AXD - American Express	8.846.927,17
DID - Diners Club	1.129.294,19
MAS - Maestro POS PBZ	-608,50
MAD - Maestro POS ZABA	42.606.123,47
MAZB - Maestro DCC transakcija (u valuti)	2.895.151,52
MAW - Maestro WSPay	4.264,50
MCW - Mastercard WSPay	474.352,51
VW - Visa WSPay	312.978,60
AXW - American Express WSPay	308.191,81
DCW - Diners WSPay	26.174,25
Radisson Rewards Gift Card	14.140,54
ECZB - MasterCard DCC transakcija (u valuti)	4.547.866,54
Micros AXD - American Express	135.093,15
Micros DID - Diners Club	11.656,00
Micros VZB - Visa ZaBa	436.437,45
Micros ECZB - MasterCard ZaBa	344.464,99
Micros MAZB - Maestro ZaBa	190.143,04
Micros ECS - MasterCard POS PBZ	1.216,00
Micros MAS - Maestro POS PBZ	345,00
Micros VS - Visa POS ZaBa	3.464.266,11
Micros ECD - MasterCard POS ZaBa	3.245.495,71
Micros MAD - Maestro POS ZaBa	1.226.674,81
	280.537.704,06

- Tablica s podacima za 2020. godinu – Arena Hospitality Group d.d.

Promet po vrsti kartice	UKUPNO
VH - Visa POS Addiko	-
VZB - Visa DCC (valuta)	1.853.015,82
VD - Visa POS PBZ	-
VA - Visa	38.661.107,77
ECH - MasterCard POS Addiko	-
ECS - MasterCard POS PBZ	-
MC - Master Card	38.204.038,12
AX - American Express	1.444.741,41
DC - Diners	312.612,28
MAH - Maestro POS Addiko	5.156,00
MAS - Maestro POS PBZ	-
MAE - Maestro	17.187.007,93
MAZB - Maestro DCC (valuta)	1.139.255,73
ECZB - MasterCard DCC (valuta)	1.579.833,94
MAW - Maestro WSPay	-
MCW - Mastercard WSPay	1.289.101,35
VW - Visa WSPay	632.212,37
AXW - American Express WSPay	117.558,45
DCW - Diners WSPay	44.075,55
UKUPNO	102.469.716,72
Micros VH - Visa POS Addiko	-
Micros ECH - MasterCard POS Addiko	-
Micros AXD - American Express	389,90
Micros DID - Diners Club	4.312,20
Micros MAH - Maestro POS Addiko	-
Micros VZB - Visa ZaBa	89.969,25
Micros ECZB - MasterCard ZaBa	69.624,05
Micros MAZB - Maestro ZaBa	41.388,30
Micros VD - Visa POS PBZ	-
Micros ECS - MasterCard POS PBZ	-
Micros MAS - Maestro POS PBZ	-
Micros VS - Visa POS ZaBa	1.206.925,37
Micros ECD - MasterCard POS ZaBa	1.149.574,85
Micros MAD - Maestro POS ZaBa	580.631,66
UKUPNO	3.142.815,58
SVEUKUPNO	105.612.532,30

- Tablica s podacima za 2021. godinu – Arena Hospitality Group d.d.

Promet po vrsti kartice	UKUPNO
VH - Visa POS Addiko	-
VZB - Visa DCC (valuta)	2.173.719,11
VD - Visa POS PBZ	-
VA - Visa	106.313.429,02
ECH - MasterCard POS Addiko	-
ECS - MasterCard POS PBZ	235,25
MC - Master Card	103.346.879,03
AX - American Express	4.320.835,82
DC - Diners	930.308,46
MAH - Maestro POS Addiko	-
MAS - Maestro POS PBZ	5.652,34
MAE - Maestro	44.774.902,77
MAZB - Maestro DCC (valuta)	1.125.195,46
ECZB - MasterCard DCC (valuta)	2.259.602,72
MAW - Maestro WSPay	1.732,50
MCW - Mastercard WSPay	13.207.852,51
VW - Visa WSPay	4.667.131,90
AXW - American Express WSPay	1.720.874,33
DCW - Diners WSPay	18.180,89
UKUPNO	284.866.532,11
Micros VH - Visa POS Addiko	-
Micros ECH - MasterCard POS Addiko	-
Micros AXD - American Express	454,00
Micros DID - Diners Club	16.836,00
Micros MAH - Maestro POS Addiko	-
Micros VZB - Visa ZaBa	217.572,30
Micros ECZB - MasterCard ZaBa	181.513,00
Micros MAZB - Maestro ZaBa	116.933,05
Micros VD - Visa POS PBZ	-
Micros ECS - MasterCard POS PBZ	-
Micros MAS - Maestro POS PBZ	-
Micros VS - Visa POS ZaBa	3.393.549,23
Micros ECD - MasterCard POS ZaBa	3.077.736,27
Micros MAD - Maestro POS ZaBa	1.614.415,22
UKUPNO	8.619.009,07
SVEUKUPNO	293.485.541,18

SAŽETAK

Kreditna kartica je sredstvo plaćanja koje u pravilu izdaje banka, no može biti izdana i od strane nebankovne organizacije, a njihovo korištenje uređeno je Zakonom o platnom prometu. Cilj kreditne kartice je omogućavanje bezgotovinskog plaćanja i kratkoročnog kredita koji će korisniku osigurati da plati sve željene proizvode i usluge. Ona predstavlja jedan od najjednostavnijih, ali ujedno i najsigurnijih načina plaćanja koji je prihvaćen na globalnoj razini, a u turizmu je, odnosno u hotelskim i ugostiteljskim poduzećima, najčešće ponuđen oblik plaćanja. Potražnja za kreditnim karticama u konstantnom je porastu, pa tako kreditne kartice zamjenjuju gotovinsko plaćanje kao primarni način plaćanja. Ovaj rad nastoji objasniti ulogu kreditne kartice kao globalnog sredstva plaćanja u turizmu, sve karakteristike koje jedna kreditna kartica ima, te pogodnosti koje njezino korištenje donosi turistima, ali i svim ostalim korisnicima.

Ključne riječi: kreditna kartica, turizam, globalno sredstvo plaćanja, Zakon o platnom prometu, kartično poslovanje

SUMMARY

Credit card is a means of payment that is usually issued by a bank, but it can also be issued by a non-bank organization, and their use is regulated by the Act on Payment Transactions. The purpose of the credit card is to enable cashless payment and short-term credit that will ensure the user pays for all desired products and services. It represents one of the simplest, but at the same time the most secure payment method that is accepted on a global level, and in tourism, that is, in hotel and hospitality companies, it is the most often offered form of payment. Demand for credit cards is constantly increasing, therefore the credit cards are replacing cash payments as the primary payment method. This paper tries to explain the role of the credit card as a global means of payment in tourism, all the characteristics that a credit card has, and the benefits that its use brings to tourists, as well as to all other users.

Key words: credit card, tourism, global means of payment, Act on Payment Transactions, card business