



# IMPACT OF THE PANDEMIC COVID-19 ON PAYMENT METHODS IN THE REPUBLIC OF CROATIA

## UTJECAJ PANDEMIJE COVID-19 NA NAČINE PLAĆANJA U REPUBLICI HRVATSKOJ

Hunjet, Anica, *Sveučilište Sjever, ahunjet@unin.hr*

Ladić, Nevena, *Sveučilište Sjever, nevena.ladic@unin.hr*

Tomaš, Antonia, *Sveučilište Sjever, antomas@unin.hr*

**Abstract:** *The aim of this paper is to investigate and collect data, information, attitudes and opinions of respondents about shopping habits before and during the COVID-19 pandemic with an emphasis on online shopping and card payments. Based on the results of the research, it can be concluded that the majority of respondents, i.e. consumers, during the COVID-19 pandemic, to a greater extent compared to the period before the pandemic, make purchases via online stores and pay with payment cards compared to cash payments. Therefore, delivery, contactless shopping and cashless transactions are currently in the focus of sellers. As this trend continues to develop after the pandemic ends, retailers and financial institutions are expected to adapt their services to meet consumer needs and promote safe and convenient ways to buy and pay.*

**Keywords:** *pandemic, COVID-19, cash payment, card payment*

**Sažetak:** *Cilj ovog rada je istražiti i prikupiti podatke, informacije, stavove i mišljenja ispitanika o kupovnim navikama prije i tijekom pandemije COVID-19 sa naglaskom na online trgovinu i kartično plaćanje. Tijekom pandemije COVID-19, online trgovina i kartično plaćanje doživjeli su značajan porast aktivnosti u mnogim zemljama, uključujući i Hrvatsku. Na temelju dobivenih rezultata istraživanja može se zaključiti da većina ispitanika, to jest potrošača tijekom pandemije COVID-19 u većoj mjeri u odnosu na razdoblje prije pandemije obavlja kupovinu putem online trgovine i plaća platnim karticama u odnosu na gotovinska plaćanja. Samim time, trenutno su u fokusu prodavača dostava, beskontaktna kupovina i bezgotovinske transakcije. Kako se ovaj trend nastavlja razvijati i nakon završetka pandemije, očekuje se da će prodavači i financijske institucije prilagoditi svoje usluge kako bi odgovorili na potrebe potrošača te promicati sigurne i praktične načine kupnje i plaćanja.*

**Ključne riječi:** *pandemija, COVID-19, gotovinsko plaćanje, online trgovina, kartično plaćanje*

### 1. Uvod

Pandemija COVID-19 je uvelike utjecala na načine kupovine kao i na načine plaćanja u zemljama diljem svijeta, pa tako i u Republici Hrvatskoj. Prisutan je snažan trend povećanja internetske kupovine koji se nastavio i nakon razdoblja ukidanja epidemioloških mjera. Također je prisutno povećanje beskontaktnih i bezgotovinskih plaćanja. Neki od razloga za takav trend ponašanja potrošača su potreba za sigurnijim načinom kupovine, socijalno distanciranje kako bi se smanjio rizik od zaraze te povećana dostupnost online trgovina uslijed zatvaranja fizičkih poslovnica. Kako

navode (Buneta i Zubec, 2022:9) iako je svjetski trend smanjenja upotrebe gotovinskog načina plaćanja u odnosu na kartične načine plaćanja bio prisutan i prije pojave pandemije COVID-19, pandemija ga je svakako dodatno ubrzala. Razvoj digitalne infrastrukture, uključujući brži Internet i naprednije sustave plaćanja, olakšao je online kupnju i beskontaktno plaćanje. Potrošači su sve više navikli koristiti digitalne platforme za kupnju i plaćanje. Trgovci su se s druge strane, također sve više prilagođavali novonastalim trendovima promovirajući online platforme i omogućavajući beskontaktna plaćanja kao alternativne varijante tradicionalnim metodama. Cilj ovog rada je dublje razumijevanje promjena u ponašanju potrošača, odnosno prodavača koje su uzrokovane pandemijom COVID-19, posebno u kontekstu trgovine i plaćanja. U radu se provelo istraživanje putem anketnog upitnika koji ukazuje na promjene u ponašanju potrošača od kojih će neke, najvjerojatnije imati trajni učinak. Na temelju dobivenih rezultata istraživanja može se zaključiti da većina ispitanika, to jest potrošača tijekom pandemije COVID-19 u većoj mjeri u odnosu na razdoblje prije pandemije plaća platnim karticama u odnosu na gotovinska plaćanja.

## 2. Pandemija COVID-19

Koronavirus kao bolest (COVID-19) pojavila se 2019. godine i uzrokovana je teškim, to jest vrlo ozbiljnim respiratornim sindromom (SARS) koronavirusom 2 (SARS-CoV-2). Kako bi se smanjio prijenos COVID-19 poduzete su sve poznate i raspoložive mjere kako bi se virus stavio pod kontrolu, to jest da bi se spriječilo širenje istog. Mnogo puta se davalo posebnu pažnju uz napore kako bi se zaštitilo, to jest smanjilo transmisiju virusa u populaciji koja je osjetljiva kao što su kronični bolesnici, imuno kompromitirane osobe, djeca, djelatnici u zdravstvu i osobe starije životne dobi kako tvrde (Vasilj i Ljevak, 2020:1). Prema trenutnim informacijama, COVID-19 je prenio zarazu na preko 1,3 milijuna ljudi u Republici Hrvatskoj. Ta brojka se na globalnoj razini penje na preko 700 milijuna ljudi kako prenosi (World Health Organization, 2024).

Akutni respiratorni sindrom koronavirusa i bliskoistočni respiratorni sindrom koronavirusa su dva najgora prenosiva i patogena oblika tipa virusa koji su se pojavili kod ljudske vrste početkom 21. stoljeća kako ističu (Cui, Li, Li Shi, 2020:1). Oba virusa su vjerojatno potekla od šišmiša. Genetska raznolikost koronavirusa je povezana sa SARD-CoV i MERS-CoV i otkrivena u šišmišima diljem svijeta. Kako tvrde (L. De Diego, et. al. 2020:2) koronavirus s teškim akutnim respiratornim sindromom (SARS-CoV) novi je koronavirus koji je nastao rekombinacijom koronavirusa povezanih s SARS-om šišmiša (SARSr-CoV). Prema (Vince, 2020:3) virus se širi kapljičnim putem uglavnom kapljicama sekreta koje zaraženi stvaraju putem kihanja, kašljanja, govora, smijanja, šmrcanja, a postoji mogućnost indirektnog prijenosa putem neopranih ruku koje su došle u kontakt s kapljicama sekreta. Također nije moguće isključiti transmisiju putem aerosola koji nastaju od strane inficirane osobe. Isto tako, (Vince, 2020:3) navodi kako je najbitniji zaključak ogromne epidemiološke analize Kineskog centra za kontrolu bolesti (CCDC) na 72.314 slučajeva COVID-19, od 30.12.2019. do 11.02.2020., bio da je virus izuzetno zarazan i da se u 30 dana raširio po cijeloj Kini unatoč poduzetim strogim mjerama preventivnog djelovanja. Danas se zna da kliconoše kao osobe mogu prenijeti virus, ali ipak se najveći broj novih infekcija događa zadnji dan inkubacije i prvi dan od nastanka simptoma, kada ljudi nisu još dovoljno upoznati sa svojom bolešću pa se slobodno kreću bez mjera predostrožnosti, a ujedno imaju velike razine virusa u sekretima gornjih dišnih puteva. Kako je navedeno (Službena stranica Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu, 2022). u trenutku pisanja ovog rada, sveukupan broj slučajeva u Republici Hrvatskoj bio je 1,22 milijuna, od čega je oporavljenih 1.196.981, a preminulih 16.772.

## 2.1. Makroekonomski model pandemije COVID-19

Prema (Blanchard, 2011:159) „*Gospodarske fluktuacije rezultat su kontinuiranog toka šokova na agregatnu ponudu ili agregatnu potražnju te dinamičkih učinaka svakoga od tih šokova na proizvodnju. Ponekad su šokovi, sami ili u kombinaciji, do te mjere nepovoljni da vode u recesiju.*“

Kada su u pitanju mehanizmi utjecaja zdravstvenog šoka na gospodarstvo kako navodi (Čavrak, 2020:8) koristi se jedan od razumljivijih i očiglednijih prikaza u standardnom okviru AS-AD modela koji je poznat ekonomistima, a uz malo truda razumljiv i široj publici koja nije ekonomski obrazovana. Model ovoga tipa je u odnosu na klasične udžbenike modificiran jer na ordinati umjesto razine cijena (P) imamo inflaciju ( $\pi$ ). Tako je model približen realnosti jer suvremene centralne banke imaju za cilj povećanje agregatne razine cijena u odnosu na vrijednost novca a ne određenu razinu cijena. Za razliku od svih dosada poznatih ekonomskih kriza, ova najnovija u sebi sadrži čak četiri šoka: šok ponude; šok potražnje; pad očekivanja i rast neizvjesnosti i šok brzih loših mjera. Šokovi se poslije prvog nailaska međusobno cirkularno podupiru i kreiraju negativnu spiralu (spiralu stagflacije). Prva tri su u potpunosti izvjesna, dok je četvrti potencijalni šok (loša procjena stanja, neznanje o budućnosti, manjkave mjere, nepovjerenje u vlast i nositelje ekonomske politike i sl.). S obzirom na poteškoće prilikom početka rada kriznog menadžmenta sa gledišta brze zaštite gospodarstva i građana, ovaj šok čini se neminovnim. Uz napomenu da će ova vrsta šoka imati moguće najduži vremenski period trajanja jer ga bilo kakva kriva mjera donijeta bilo kada za vrijeme trajanja epidemije može dodatno potaknuti. Glavne prepreke kriznog upravljanja proizlaze iz spoznajne prepreke i vremenske prepreke donošenja i provedbe odluka. Već je došlo do pojave široke rasprave o takozvanim „totalitarnim“ i „demokratskim.“ odgovorima na krizu COVID-19, a koje odražavaju razlike u vremenu i načinu odgovora na krizu u različitim državama u svijetu.

## 2.2. Pandemija COVID-19 i ekonomski tok u Hrvatskoj

Kako navodi (Državni zavod za statistiku, 2020) posljedice pandemije u RH prisutne su od ožujka 2020., odnosno od prvog tromjesečja 2020. godine. Isto tako navodi kako „*prva procjena pokazuje da je tromjesečni BDP u drugom tromjesečju 2020. realno manji za 15,1% u odnosu na isto tromjesečje 2019. To je najveći realni pad tromjesečnog BDP-a od 1995., otkada se počela provoditi tromjesečna procjena BDP-a. Realni pad ostvaren je u svim komponentama BDP-a s rashodne strane, osim u potrošnji opće države, koja ostvaruje blagi porast.*“ Prema (Grgurić L., Nadoveza Jelić O., Pavić N., 2021) COVID-19 je u 2020. godini u Republici Hrvatskoj izazvao rekordni pad BDP-a od 8,1% što ga čini jednim od najvećih padova u EU. Još uvijek se nitko ne usuđuje iznositi precizne predikcije učinaka krize jer postoji puno nepoznanica kako iznosi (Čavrak, 2020:10). Svakako je za troškove zdravstvene krize i eliminiranje ekonomske krize potrebno unaprijed osigurati i investirati iznos koji će biti izjednačen s velikom vjerojatnošću negativnog BDP-a, a to je u gorem scenariju iznos za koji je lako moguće da se približiti broju od 100 milijardi kuna. Mnoga industrijska poduzeća i obrti su zbog pandemije i zabrane kretanja u prva dva tjedna zaustavila proizvodnju ili je pad veći od 60%. Uslužni sektor je praktički u cijelosti „ukinut“ izuzev rijetkih izuzetaka. Izvoz i uvoz roba je sažet na minimum funkcioniranja za potrebe zdravstvenog sustava i prehrane. Sve će to biti odraženo na nagli rast stope nezaposlenosti koja bi u najgorem scenariju mogla doći i na 20%. Mjere Vlade RH o podršci minimalca su nedovoljne da u velikoj mjeri zadrže razinu zaposlenosti jer su poduzetnici u strahu dugoročnog pada prihoda. Zbog straha i neizvjesnosti, zbog slabog povjerenja u domaće institucije svi ovi događaji će dodatno pokrenuti pad potrošnje koja je već svedena na osnovne artikle za preživljavanje. Izdaci na dobra dalekosežne potrošnje će biti odgođeni na dulje vremensko razdoblje kao i investicije. Izuzetci mogu biti samo određene investicije u zdravstveni sektor, po mogućnosti u restrukturiranje proizvodnje hrane i lijekova. Prema klasičnoj vremenskoj

raspoređenosti kretanja makroekonomskih varijabli, ulaganja će imati najsporiji oporavak jer ćemo se susresti s velikim neočekivanim događajem ponude i potražnje što znači da će i nakon kraja pandemije COVID-19, poduzeća poslovati na niskoj razini kapaciteta. Obnova ulagačke potrošnje se u „klasičnim“ krizama zbiva otprilike šest do osam mjeseci iza oporavka osobne potrošnje. Sve spomenuto daje naslutiti na izvjesnost drastičnog pada proračunskih prihoda (poreznih i neporeznih). Njihov pad će biti veći što će adekvatne mjere potpore poduzećima i građanima biti manje, a pogotovo ako se poduzmu sa zakašnjenjem. Sve navedeno imat će veliki utjecaj na financijska tržišta, tržište vrijednosnica (obveznica i dionica) kao i na tržište deviza. Definitivno je izvjesno da će posljedice zdravstvene krize u gospodarstvu biti velike, a obuhvaćat će kompletan gospodarski sustav.

### 3. Digitalizacija za vrijeme pandemije COVID-19

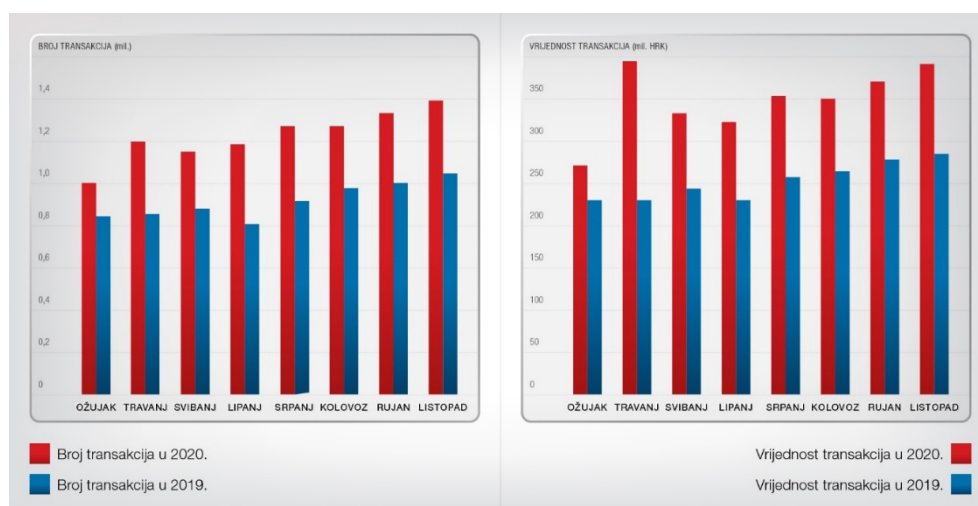
Kako navodi (Verhoef, 2019:3) digitalizacija opisuje kako se IT ili digitalne tehnologije mogu koristiti za promjenu postojećih poslovnih procesa. Na primjer, stvaranje novih online ili mobilnih komunikacijskih kanala koji omogućuju svim kupcima jednostavno povezivanje s tvrtkama i koji mijenjaju tradicionalne interakcije između tvrtki i kupaca. Putem digitalizacije tvrtke primjenjuju digitalne tehnologije kako bi optimizirale postojeće poslovne procese dopuštajući učinkovitiju koordinaciju između procesa i/ili stvarajući dodatnu vrijednost za kupce kroz poboljšanje korisničkih iskustava. Stoga digitalizacija nije usmjerena samo na uštedu troškova, već uključuje i poboljšanja procesa koja mogu poboljšati korisničko iskustvo. Prema (Korez Vide, Hunjet i Kozina, 2021:288) poremećaji malih i srednjih poduzeća uzrokovani pandemijom COVID-19 uvelike su varirali ovisno o veličini malih i srednjih poduzeća i državama članicama. Mala i srednja poduzeća nisu mogla iskoristiti prednosti digitalne tranzicije u vrijeme prije pandemije. Međutim, studija OECD-a (OECD, 2021.) pokazuje da od početka pandemije COVID-19, do 70 % malih i srednjih poduzeća više koristi digitalne tehnologije, iako znatno postoje razlike između malih i srednjih poduzeća, kao i između industrijskih sektora i između zemalja. Digitalizacija bi trebala pomoći malim i srednjim poduzećima da poboljšaju svoju operativnu učinkovitost (raditi stvari bolje), implementiraju prediktivne radnje za operacije (raditi bolje stvari), proizvode novu robu ili pružaju nove usluge za diferencirano korisničko iskustvo (raditi nove stvari) (IBM, 2021). Ključne karakteristike poslovne stvarnosti COVID-19 su povećana digitalizacija korisnika usluga, prelazak na e-trgovinu, veća upotreba samoposluživanja, mogućnosti beskontaktno dostave, vanjska informacijska tehnologija (IT), korištenje internetskih platformi, dogovori o radu na daljinu i povećani fokus na sigurnost, čistoću i zdravlje. Poduzeća nastoje postići mogućnost digitalnog povezivanja s kupcima, dobavljačima i zaposlenicima kako bi se mogli natjecati u tim novim ekonomskim i društvenim okolnostima. Za njih je potrebno adresirati ključ izazova vezan uz usmjerenost na kupca, digitalno ubrzanje, pouzdaniju i osjetljiviju operaciju opskrbnog lanca, novi način rad i fleksibilan ekosustav radne snage (KPMG, 2021). Poduzeća moraju stvoriti poslovne modele usmjerene na klijente, temeljene na prodaji i angažiranju kroz integrirane digitalne kanale i nudeći relevantno, personalizirano i diferencirano korisničko iskustvo. Digitalizacija također utječe i na ponašanje potrošača. Prema (Hunjet, Kozina i Vuković, 2019:13) potrošači digitalnog doba iznimno su zahtjevni. Njihove želje su specifične, ponajviše zbog obilja informacija dostupnih na Internetu, koji između ostalog omogućuju praktičan način pronalaska željenog proizvoda, odnosno usluge koja najbolje odgovara potrebama i financijskim prilikama potrošača te im također pruža autentično iskustvo. Odluka o kupovini proizvoda odnosno usluga dijelom ovisi o motivaciji, stavovima i uvjerenjima potrošača, razini zadovoljstva prethodnim online kupovinama i mogućnost povrata kupljenog proizvoda ili usluge. Današnji potrošači su glasni i žele da ih se čuje. Na društvenim mrežama i blogovima razmjenjuju i pozitivna i negativna iskustva sa svojim prijateljima, te recenziraju kupljene proizvode odnosno usluge. Suvremeni obrasci kupovine

i potrošnje su postali sveprisutni. U ovom okruženju Internet i društveni mediji postaju moćna tehnologija kojoj se svakodnevno okreću milijuni potrošača u potrazi za informacijama, kontaktima, poslovima i kupovinama. S obzirom na to da su društveni mediji sredstvo za predstavljanje dodatne dimenzije kupljenog proizvoda i da promiču vlastitu vrijednost, različiti blogovi na društvenim mrežama i web-mjesta za specifične interese potrošača, kao i web stranice društvenih medija općeg sadržaja kao što su Facebook, Twitter i YouTube postali su prilično popularni jer su omogućili potrošačima snimanje svega što im se događa u stvarnom životu. Korištenje društvenih medija i njihov utjecaj na online kupovinu u stalnom su porastu. Provedena istraživanja dokazuju da su neke platforme iznimno važne u fazi traženja informacija pri odabiru proizvoda, potvrdila su nesagledivu ulogu društvenih medija u odabiru proizvoda i istaknulo njihovu važnost u pojedinim fazama proces selekcije. Kako navode (Radlović, Hunjet i Kozina, 2021:1) brojne gospodarske aktivnosti usporene su zbog pandemije COVID-19, a neke su i potpuno zaustavljene. U ovim izvanrednim okolnostima, ne samo u Republici Hrvatskoj nego i u cijelom svijetu poduzetnik mora biti proaktivan i sposoban brzo se prilagoditi novonastaloj situaciji. Kako pokazuju rezultati istraživanja, pandemija COVID-19 drastično je promijenila vođenje poslovnih aktivnosti i poduzetništvo u cjelini. Kako bi poduzeća preživjela ove nove, svakodnevne izazove, mnoge su tvrtke prisiljene prilagoditi svoju ponudu zahtjevima tržišta, uvesti informatizaciju poslovanja, snižavati cijene proizvoda i usluga te ulagati u edukaciju zaposlenika. Prema (Godišnjem izvješću Grupe Hrvatska banka za obnovu i razvitak za 2021. godinu, 2022) kako bi ublažila negativne učinke pandemije COVID-19, Hrvatska banka za Obnovu i razvitak uvela je nove mjere usmjerene na očuvanje trenutne razine gospodarske aktivnosti, likvidnost poslovanja i što je najvažnije, očuvanje radnih mjesta.

#### 4. Pandemija COVID-19 i načini plaćanja u Republici Hrvatskoj

Niže su prikazane slike koje ukazuju na promjene u online kupovini, kartičnom plaćanju i usporedbi gotovog novca i platnih kartica. Prema podacima iz (Hrvatske narodne banke, 2021) pandemija je uvelike utjecala na kupovne navike građana Republike Hrvatske. Kada se usporede podaci o online kupovini prije (2019. godina) i za vrijeme pandemije (2020. godina) može se primijetiti da je pandemija utjecala na ponašanje potrošača.

#### Slika 1: Online kupovina u RH



Izvor: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>

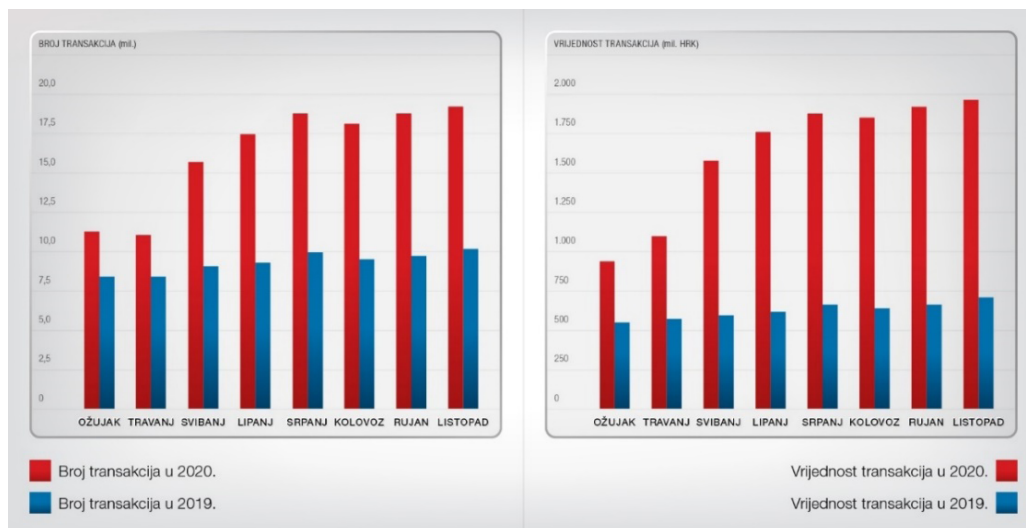
Najveći porast online kupovine vidljiv je mjesecu travnju 2020. godine, na samom početku pandemije te u odnosu na ožujak iste godine iznosi 18,84% u broju transakcija i 46,67% u vrijednosti transakcija.

Nakon popuštanja mjera Stožera civilne zaštite RH, u ljetnim mjesecima 2020. godine taj trend se zadržao te se nastavlja do listopada 2020. godine.

#### 4.1. Kartična plaćanja

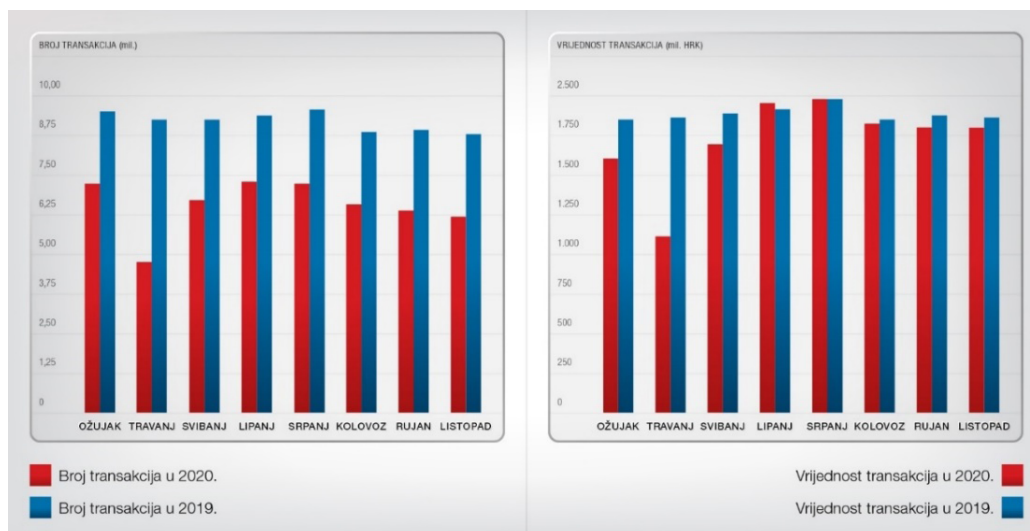
Kako navode službene stranice (Hrvatske narodne banke, 2021) dva najčešća načina plaćanja u Republici Hrvatskoj su plaćanja platnim karticama i gotovim novcem. U posljednje vrijeme u trendu su beskontaktna tehnologije (beskontaktna platne kartice i beskontaktni bankomati).

#### Slika 2: Beskontaktna transakcije



Izvor: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>

#### Slika 3: Kontaktne transakcije



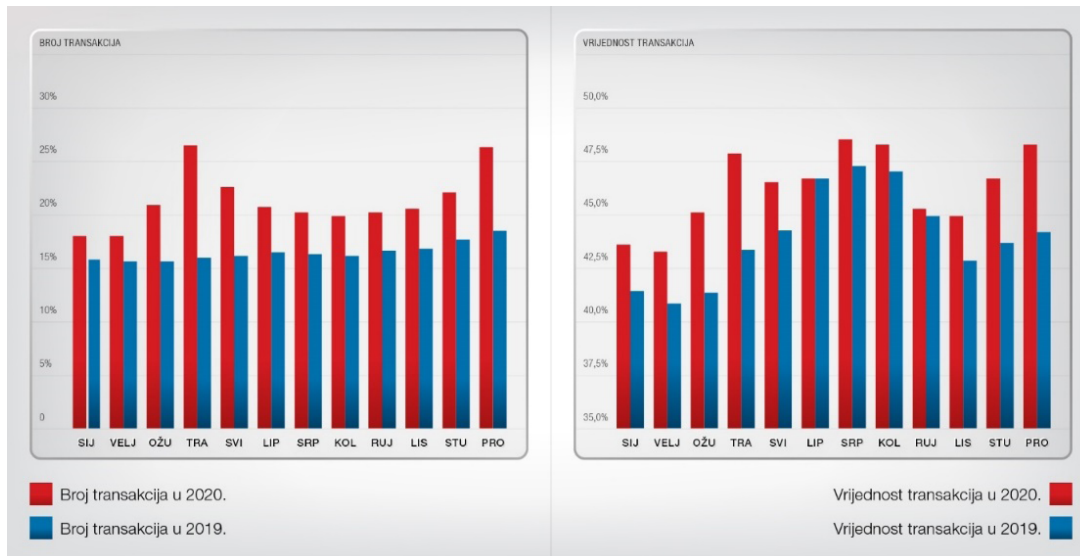
Izvor: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>

Kako je vidljivo iz priloženih slika, broj beskontaktnih transakcija u 2020. godini je u konstantnom porastu u odnosu na 2019. godinu dok kontaktne transakcije gube svoj udio na tržištu. Može se pretpostaviti da je pandemija pogodovala i ovom trendu.

#### 4.2. Gotov novac i platne kartice

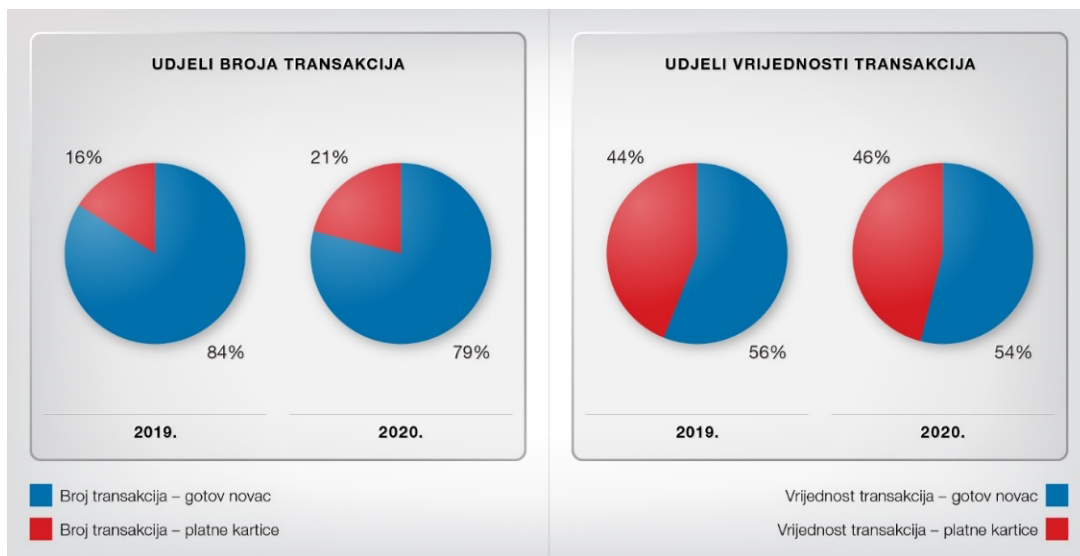
Prema podacima iz (Hrvatske narodne banke, 2021), u Republici Hrvatskoj je najzastupljeniji način plaćanja gotov novac. Međutim, posljednjih nekoliko godina dolazi do blagog smanjivanja takvog načina plaćanja u odnosu na platne kartice. Početkom pandemije COVID-19 (od ožujka do svibnja 2020. godine), a za vrijeme restriktivnih mjera Stožera civilne zaštite RH došlo je do snažnijeg porasta plaćanja platnim karticama u odnosu na gotovinska plaćanja u usporedbi s istim razdobljem iz 2019. godine.

**Slika 4: Fiskalizirani računi – Udio platnih kartica u odnosu na gotov novac**



Izvor: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>

**Slika 5: Fiskalizirani računi - Udjeli gotovog novca i platnih kartica**



Izvor: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>

## 5. Istraživanje

U radu je korištena metoda prikupljanja podataka pomoću anketnog upitnika. Sudjelovanje u istraživanju je bilo dobrovoljno i anonimno, a ispitanicima je bila prosljeđena e-pošta sa zamolbom za ispunjavanjem anketnog upitnika. Istraživanje je trajalo u periodu od 12.08. – 05.09.2022. Istraživanje se provodilo anketiranjem ispitanika u online obliku putem digitalnog alata Google Forms. Ispunjavanju anketnog upitnika pristupilo je 514 ispitanika.

Prvi dio upitnika odnosi se na opće podatke o studentima koji su prikazani u tablici 1. Pitanja od 1. – 7. odnose se na pitanja sociodemografske strukture i opća pitanja.

**Tablica 1: Sociodemografska struktura (N = 514) ispitanika**

pitanja	%	N
<b>1. SPOL</b>		
M	39,30%	202
Ž	60,70%	312
<b>2. DOB</b>		
< 20	16,10%	83
21-30	41,10%	211
31-40	24,70%	127
41-50	9,70%	50
51-60	4,50%	23
> 60	3,90%	20
<b>3. STUPANJ OBRAZOVANJA</b>		
osnovna škola	0,20%	1
srednja škola	45,10%	232
preddiplomski studij – viša stručna sprema	33,90%	174
preddiplomski i diplomski studij – visoka stručna sprema	16,50%	85
poslijediplomski specijalistički studij	2,70%	14
poslijediplomski sveučilišni (doktorski) studij	1,40%	7
ostalo	0,20%	1
<b>4. RADNI STATUS</b>		
učenik/student	38,10%	196
zaposlen	56,20%	289
nezaposlen	2,60%	13
umirovljenik	3,10%	16
<b>5. UKOLIKO JE PRETHODNI ODGOVOR BIO ZAPOSLEN, ZAPOSLENI STE U</b>		
privatni sektor	59,20%	171
javni sektor	40,80%	118
<b>6. MJESEČNA PRIMANJA</b>		
<4000 kn	33,90%	174
4001 – 6000 kn	18,50%	95
6001 – 8000 kn	21,80%	112
8001 – 10000 kn	12,60%	65
10001 – 12000 kn	5,20%	27
>12000 kn	8,00%	41



pitanja	%	N
7. REGIJA STANOVANJA		
grad Zagreb i okolica	18,50%	95
Sjeverozapadna Hrvatska	68,90%	354
Slavonija	3,30%	17
Lika i Gorski kotar	1,40%	7
Istra	1,70%	9
Dalmacija	2,90%	15
Inozemstvo	3,30%	17

Izvor: rad autorica

Iz Tablice 1 vidljivo je kako su uzorak činili ispitanici (muškarci – 39,30% (202 muškaraca) i žene – 60,70% (312 žena)) mlađe životne dobi (< 20 – 30 godina, 57,20%, 294 ispitanika), te zrelije životne dobi (31 – > 60 godina, 42,80%, 220 ispitanika). Ispunjavanju ankete pristupilo je najviše ispitanika sa završenom srednjom školom (45,10%), sa završenim preddiplomskim studijem – viša stručna sprema (33,90%) i sa preddiplomskim i diplomskim studijem – visoka stručna sprema (16,50%). Veliki postotak ispitanika, njih 56,20% su zaposleni, a 38,10% ispitanika su učenici/ studenti, odnosno 3,10% ispitanika su umirovljenici, a 2,60% ispitanika su nezaposleni. Zaposleni ispitanici, njih 58,80% radi u privatnom sektoru, a 41,20% ispitanika radi u javnom sektoru. Veliki broj ispitanika 33,90% ima primanja <4000 kn, a 21,80% ispitanika ima primanja od 6001 – 8000 kn. Najviše ispitanika 68,90% živi u Sjeverozapadnoj Hrvatskoj.

**Tablica 2: Koristite li kartično plaćanje u većoj mjeri od gotovinskog plaćanja tijekom pandemije COVID-19?**

Tijekom pandemije COVID-19 kartično plaćanje koristilo se u većoj mjeri od gotovinskog plaćanja	%	Broj ispitanika
Da	72,80%	374
Ne	27,20%	140

Izvor: rad autorica

Tablica 2 prikazuje kako je od ukupnog broja ispitanika, njih 72,80% - 374 tijekom pandemije COVID-19 koristilo kartično plaćanje u većoj mjeri od gotovinskog plaćanja koje je koristilo 27,20%, 140 ispitanika.

**Tablica 3: Ocijenite ocjenom od 1-5 razlog Vaše online kupovine (ocjena: 1- nedovoljan, 5- izvrstan) - ocjene**

Čestice na 514 ispitanika	Ocjene				
	1	2	3	4	5
Brzina online kupovine	36	34	112	128	204
Lakoća pronalaska željenog proizvoda/usluge	24	38	109	146	197
Kupovina 0-24h, 24/7	22	20	93	89	290
Nedostupnost proizvoda u fizičkim trgovinama	34	46	144	126	164
Nedostatak vremena za odlazak u fizičku trgovinu	46	67	144	109	148
Strah od zaraze COVID-19	214	94	94	37	75

Izvor: rad autorica

Ispitanici su sa ocjenama od 1 – 5 ocjenjivali postavljena pitanja gdje je ocjena 1 bila nedovoljna, odnosno ocjena 5 je bila izvrsna i ocjenjivalo se šest čestica: brzina online kupovine, lakoća pronalaska željenog proizvoda/usluge, kupovina 0-24h, 24/7, nedostupnost proizvoda u fizičkim trgovinama, nedostatak vremena za odlazak u fizičku trgovinu i strah od zaraze COVID-19, kao što je vidljivo u tablici 3.

**Tablica 4: Ocijenite ocjenom od 1-5 razlog Vaše online kupovine (ocjena: 1- nedovoljan, 5- odličan) – u postocima**

Čestice na 514 ispitanika	Ocjene				
	1	2	3	4	5
Brzina online kupovine	7,00%	6,60%	21,80%	24,90%	39,70%
Lakoća pronalaska željenog proizvoda/usluge	4,70%	7,40%	21,20%	28,40%	38,30%
Kupovina 0-24h, 24/7	4,30%	3,90%	18,10%	17,30%	56,40%
Nedostupnost proizvoda u fizičkim trgovinama	6,60%	8,90%	28,10%	24,50%	31,90%
Nedostatak vremena za odlazak u fizičku trgovinu	8,90%	13,10%	28,00%	21,20%	28,80%
Strah od zaraze COVID-19	41,60%	18,30%	18,30%	7,20%	14,60%

Izvor: rad autorica

Kao što je vidljivo iz Tablice 3 i Tablice 4 najveći razlog online kupovine je kupovina 0-24h, koju je 290 (56,40%) ispitanika ocijenilo sa ocjenom izvrstan. Ispitanici preferiraju i brzinu online trgovine kao razlog online kupovine i sa ocjenom izvrstan postavljenu česticu ocijenilo je 39,70% - 204 ispitanika. Lakoću pronalaska željenog proizvoda/usluge kao razlog online kupovine sa ocjenom izvrstan ocijenilo je 38,30% - 197 ispitanika. Radi nedostupnosti proizvoda u fizičkim trgovinama sa ocjenom izvrstan kao razlog online kupovine izjasnilo se 31,90% - 164 ispitanika. Za razlog online kupovine radi nedostatka vremena za odlazak u fizičku trgovinu sa ocjenom izvrstan ocijenilo je 28,80% - 148 ispitanika i radi straha od zaraze COVID-19 sa ocjenom izvrstan ocijenilo je 14,60% - 75 ispitanika.

U Republici Hrvatskoj je najzastupljeniji način plaćanja gotov novac. Međutim, početkom pandemije COVID-19 došlo je do snažnijeg porasta plaćanja platnim karticama u odnosu na gotovinska plaćanja. Tu činjenicu potvrđuje i anketni upitnik koji ukazuje da se tijekom pandemije COVID-19 kartično plaćanje koristilo više od gotovinskog plaćanja za čak 72,80% ispitanika. Radi što točnijih rezultata i zaključaka, preporuča se što veći i raznolikiji uzorak koji bi uključio osobe svih životnih dobi, budući da su najmanji broj ispitanika, njih 20 - 3,90% ispitanici starije životne dobi te se ne koriste online kupovinom i kartičnim plaćanjem u tolikoj mjeri koliko i mlađi ispitanici. Zbog sve učestalijih internetskih prijevara, pretpostavka za takav vid potrošačkog obrasca ponašanja je u nesigurnosti zbog davanja osobnih podataka, naročito onih vezanih uz plaćanje. S druge strane, implementacija i neprestano unapređenje sigurnosnih mehanizama omogućuju financijskim institucijama i korisnicima značajno smanjenje rizika povezanih s kartičnim plaćanjem. Ipak, neophodno je kontinuirano educirati korisnike o prijetnjama i metodama zaštite osobnih podataka.

## 6. Zaključak

Rezultati provedenog istraživanja pokazuju sve veći porast online trgovine i kartičnog plaćanja tijekom pandemije COVID-19 u Republici Hrvatskoj. Naime, tijekom pandemije, uslijed zatvaranja trgovina vidljiv je porast potražnje za online kupovinom, rast online transakcija te porast kartičnog u odnosu na gotovinska plaćanja što se posebno očituje u podacima Hrvatske narodne banke. Pandemija

COVID-19 potaknula je ubrzano usvajanje digitalnih tehnologija u plaćanju, što je posljedično ubrzalo prijelaz prema digitalnoj ekonomiji u Republici Hrvatskoj. Ova promjena donijela je mnoge prednosti, kao što su povećana praktičnost i sigurnost plaćanja, ali i izazove koje su trgovci i financijske institucije morali savladati. Usprkos tome, potreba za daljnjim razvojem digitalnih platnih rješenja i jačanjem sigurnosnih mjera kako bi se osiguralo povjerenje potrošača u online transakcije i dalje postoji. Svakako je preporučljivo provesti nova istraživanja jer se situacija s pandemijom COVID-19 mijenjala iz dana u dan, a samim time i kupovne navike potrošača. Naposljetku, korisno bi bilo provesti istraživanje i sada kada je došao kraj pandemije kako bi se uvidjelo je li obrazac ponašanja potrošača potvrđen u ovom radu bio samo prolazni trend ili postao budućnost.

## 7. Literatura

1. Blanchard O. (2011.), *Makroekonomija*, Zagreb: MATE d.o.o.,
2. Buneta, A., i Zubeć, V. (2022). 'Je li pandemija korona virusa promijenila navike plaćanja potrošača u Republici Hrvatskoj?', *Zbornik Računovodstvo i menadžment*, XXIII.(1), str. 33-43. DOI: <https://hrcak.srce.hr/287786>
3. Cui, J., Li, F. & Shi, ZL. Origin and evolution of pathogenic coronaviruses. *Nat Rev Microbiol* 17, 181–192 (2019). DOI: <https://doi.org/10.1038/s41579-018-0118-9>
4. Čavrak, V. (2020). 'Makroekonomija krize COVID-19 i kako pristupiti njenom rješavanju', *EFZG working paper series*, (03), str. 1-19. DOI: <https://hrcak.srce.hr/236781>
5. Dediego, ML, Pewe, L, Alvarez, E, Rejas, MT, Perlman, S, Enjuanes, L. Pathogenicity of severe acute respiratory coronavirus deletion mutants in hACE-2 transgenic mice. *Virology*. (2008) 5;376(2):379-89. DOI: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2810402/>
6. Državni zavod za statistiku, Dostupno na URL: [https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp\\_2\\_q.html](https://web.dzs.hr/Hrv/Covid-19/bdp_2_q.html)
7. Godišnje izvješće Grupe Hrvatska banka za obnovu i razvitak za 2021. godinu, dostupno na URL: [https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2022/04/HRV-HBOR-Revidirani-GFI-za-2021\\_potpisan.pdf](https://www.hbor.hr/wp-content/uploads/2022/04/HRV-HBOR-Revidirani-GFI-za-2021_potpisan.pdf)
8. Grgurić L., Nadoveza Jelić O., Pavić N. (2021). 'Pandemijski izazov: Kako razdvojiti šok ponude i šok potražnje u uvjetima bolesti COVID-19', *Hrvatska narodna banka*, str. 6. DOI: <https://www.hnb.hr/documents/20182/4048103/i-066.pdf/4a8ceebd-97a7-5af1-e761-e518d93319bf>
9. Hrvatska narodna banka, dostupno na URL: <https://www.hnb.hr/-/utjecaj-pandemije-covid-19-na-navike-placanja-u-rh#footnote-3>
10. Hunjet, A., Kozina, G., i Vuković, D. (2019). 'CONSUMER OF THE DIGITAL AGE', *Ekonomika misao i praksa*, 28(2), str. 639-654. DOI: <https://hrcak.srce.hr/230544>
11. Korez Vide, R., Hunjet A. i Kozina G.. ENHANCING DIGITALISATION FOR SMES POST-COVID-19 RESILIENCE.' *Economic and Social Development: Book of Proceedings* (2021): 281-290. DOI: Economic and social development : 72nd International Scientific Conference on Economic and Social Development - "Digital Transformation and Business" : book of proceedings : Varazdin, 30 September - 01 October, 2021 (zbw.eu)
12. Radlović, I., Hunjet, A., i Kozina, G. (2021). 'Entrepreneurship during the Times of the Coronavirus Pandemic in Republic of Croatia', *Interdisciplinary Description of Complex Systems*, 19(2), str. 227-238. DOI: <https://doi.org/10.7906/indecs.19.2.4>

13. Službene stranice Vlade za pravodobne i točne informacije o koronavirusu, dostupno na URL: <https://www.koronavirus.hr/>
14. Vasilj, I., i Ljevak, I. (2020). 'EPIDEMIOLOŠKE KARAKTERISTIKE COVID-A 19', *Zdravstveni glasnik*, 6(1), str. 9-18. DOI: <https://hrcak.srce.hr/238970>
15. Verhoef, P.C., Broekhuizen, T., Bart, Y., Bhattacharya, A., Qi Dong, J., Fabian, N., Haenlein, M., Digital transformation: A multidisciplinary reflection and research agenda, *Journal of Business Research*, Volume 122, 2021, Pages 889-901, ISSN 0148-2963, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.022>.
16. Vince, A. (2020). 'COVID-19, pet mjeseci kasnije', *Liječnički vjesnik*, 142(3-4), str. 55-63. DOI: <https://doi.org/10.26800/LV-142-3-4-11>
17. World Health Organization, dostupno na URL: <https://data.who.int/dashboards/covid19/cases>