

Primjena kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu

Selar, Mika

Master's thesis / Diplomski rad

2024

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management / Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:414582>

Rights / Prava: [Attribution 4.0 International](#)/[Imenovanje 4.0 međunarodna](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-14**



Repository / Repozitorij:

[Repository of Faculty of Tourism and Hospitality Management - Repository of students works of the Faculty of Tourism and Hospitality Management](#)



SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Diplomski sveučilišni studij

MIKA SELAR

**Primjena kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i
ugostiteljstvu**

**The use of cryptocurrencies as a means of payment in tourism
and hospitality**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI

Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu

Diplomski sveučilišni studij

Menadžment u turizmu

**Primjena kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i
ugostiteljstvu**

**The use of cryptocurrencies as a means of payment in tourism
and hospitality**

Diplomski rad

Kolegij: **Investicijski menadžment**

Student: **Mika Selar**

Mentor: **Prof. dr. sc. Elvis Mujačević**

Matični broj: **DS3953**

Opatija, rujan, 2024.



IZJAVA O SAMOSTALNOJ IZRADI DIPLOMSKOG RADA
IZJAVA O AUTORSTVU RADA I
O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Mika Selar

(ime i prezime studenta)

DS3953

(matični broj studenta)

Primjena kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradio, te da su svi dijelovi rada, nalazi ili ideje koje su u radu citirane ili se temelje na drugim izvorima, bilo da su u pitanju knjige, znanstveni ili stručni članci, Internet stranice, zakoni i sl. u radu jasno označeni kao takvi, te navedeni u popisu literature.

Izjavljujem da kao student–autor diplomskog rada, dozvoljavam Fakultetu za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci da ga trajno javno objavi i besplatno učini dostupnim javnosti u cjelovitom tekstu u mrežnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci.

U svrhu podržavanja otvorenog pristupa diplomskim radovima trajno objavljenim u javno dostupnom digitalnom repozitoriju Fakulteta za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Sveučilišta u Rijeci, ovom izjavom dajem neisključivo imovinsko pravo iskorištavanja bez sadržajnog, vremenskog i prostornog mog diplomskog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 8.9.2024

Potpis studenta

Sažetak

Tema diplomskog rada je primjena kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. Cilj istraživanja je analizirati potencijal kriptovaluta kao alternativnog sredstva plaćanja u turizmu te istražiti koliko su korisnici i pružatelji turističkih usluga upoznati s ovom tehnologijom. Poseban naglasak stavljen je na prednosti, izazove i percepciju korisnika, uz analizu ekonomske i sigurnosne dimenzije korištenja kriptovaluta. Kriptovalute koje su se razvile u proteklom desetljeću zahvaljujući blockchain tehnologiji, predstavljaju značajnu inovaciju u financijskom poslovanju. Njihova decentralizirana priroda omogućava smanjenje troškova transakcija, brže i sigurnije plaćanje, kao i veću anonimnost korisnika. Međutim, volatilnost vrijednosti kriptovaluta i nedostatak jasnog regulatornog okvira postavljaju izazove za njihovu široku implementaciju u turizmu. Istraživanje se temelji na kvantitativnoj metodi, a podaci su prikupljeni putem online ankete. U istraživanju je sudjelovalo 112 ispitanika, među kojima su prevladavali mlađi korisnici s visokom razinom svijesti o kriptovalutama. Unatoč tome, rezultati su pokazali da je stvarna upotreba kriptovaluta još uvijek relativno ograničena. Većina ispitanika nije koristila kriptovalute za plaćanje turističkih usluga, iako su bili upoznati s njihovim prednostima, osobito u kontekstu međunarodnih transakcija. Istraživanje je također ukazalo na izazove u primjeni kriptovaluta, pri čemu su ispitanici izrazili zabrinutost zbog sigurnosti transakcija i složenosti korištenja. Iako blockchain tehnologija pruža visoku razinu sigurnosti, percepcija rizika od prijevara i volatilnosti vrijednosti kriptovaluta predstavlja prepreku njihovoj širem prihvaćanju. Kriptovalute imaju potencijal unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih i tehnološki naprednih. Šira primjena kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu ovisi o rješavanju trenutnih izazova te kontinuiranoj digitalnoj transformaciji sektora.

Ključne riječi: digitalne valute, kriptovalute, međunarodne transakcije, plaćanje, sigurnost, turizam.

Summary

The topic of the thesis is the application of cryptocurrencies as a means of payment in tourism and catering. The aim of the research is to analyze the potential of cryptocurrencies as an alternative means of payment in tourism and to investigate how familiar users and providers of tourism services are with this technology. Special emphasis is placed on the advantages, challenges and user perception, along with an analysis of the economic and security dimensions of the use of cryptocurrencies. Cryptocurrencies, which have developed over the past decade thanks to blockchain technology, represent a significant innovation in financial business. Their decentralized nature enables the reduction of transaction costs, faster and safer payment, as well as greater user anonymity. However, the volatility of the value of cryptocurrencies and the lack of a clear regulatory framework pose challenges for their widespread implementation in tourism. The research is based on a quantitative method, and the data was collected through an online survey. 112 respondents participated in the survey, among whom the majority were younger users with a high level of awareness of cryptocurrencies. Despite this, the results showed that the actual use of cryptocurrencies is still relatively limited. The majority of respondents did not use cryptocurrencies to pay for tourism services, although they were aware of their advantages, especially in the context of international transactions. The survey also pointed to challenges in the adoption of cryptocurrencies, with respondents expressing concerns about the security of transactions and the complexity of use. Although blockchain technology provides a high level of security, the perception of the risk of fraud and the volatility of the value of cryptocurrencies is an obstacle to their wider adoption. Cryptocurrencies have the potential to enhance the image of tourist destinations as innovative and technologically advanced. The wider application of cryptocurrencies as a means of payment in tourism and hospitality depends on solving current challenges and the continuous digital transformation of the sector.

Keywords: digital currencies, cryptocurrencies, international transactions, attention, security, tourism.

Sadržaj

1. UVOD	1
1.1. PREDMET ISTRAŽIVANJA	1
1.2. SVRHA I CILJ ISTRAŽIVANJA	2
1.3. HIPOTEZE.....	3
1.4. OCJENA DOSADAŠNJIH ISTRAŽIVANJA	3
1.5. METODE ISTRAŽIVANJA	6
1.6. STRUKTURA RADA	7
2. KRIPTOVALUTE	8
2.1. POVIJEST KRIPTOVALUTA.....	9
2.2. VRSTE KRIPTOVALUTA.....	11
3. PRIMJENA KRIPTOVALUTA U TURIZMU	12
3.1. TRENUTNO STANJE U TURIZMU I METODE PLAĆANJA.....	12
3.2. PLAĆANJE KRIPTOVALUTAMA U TURIZMU.....	13
3.3. PREDNOSTI KORIŠTENJA KRIPTOVALUTA U TURIZMU	15
3.4. IZAZOVI PRIMJENE KRIPTOVALUTA U TURIZMU	16
3.5. PERCEPCIJA I PRIHVAĆANJE KRIPTOVALUTA OD STRANE TURISTIČKE INDUSTRIJE I POTROŠAČA.....	17
4. RANIJA ISTRAŽIVANJA PRIMJENE KRIPTOVALUTA KAO SREDSTVO PLAĆANJA U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU	18
5. ISTRAŽIVANJE PRIMJENE KRIPTOVALUTA KAO SREDSTVO PLAĆANJA U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU	21
5.1. CILJEVI I SADRŽAJ ISTRAŽIVANJA	21
5.2. HIPOTEZE.....	22
5.3. METODOLOGIJA ISTRAŽIVANJA	23
5.4. REZULTATI ISTRAŽIVANJA	23
5.5. DISKUSIJA	35
5.6. OGRANIČENJA PROVEDENOG ISTRAŽIVANJA I PREPORUKE ZA BUDUĆA ISTRAŽIVANJA 38	
6. ZAKLJUČAK	40
BIBLIOGRAFIJA	41
POPIS ILUSTRACIJA	43
POPIS PRILOGA	44

1. Uvod

Razvoj tehnologije i digitalnih valuta, poput kriptovaluta, otvorio je nove mogućnosti u mnogim industrijama, a turizam i ugostiteljstvo nisu iznimka. Iako se kriptovalute prvenstveno koriste kao investicijski instrumenti, njihova upotreba kao sredstva plaćanja sve više dobiva na značaju.

Ugostiteljske tvrtke mogle bi postići konkurentsku prednost usvajanjem plaćanja kriptovalutama.¹

Turizam i ugostiteljstvo, kao jedne od najdinamičnijih grana globalne ekonomije, neprestano evoluiraju kako bi zadovoljile rastuće zahtjeve potrošača te pratile tehnološke inovacije. U suvremenom digitalnom dobu, primjena novih tehnologija i digitalnih rješenja ima sve veću ulogu u oblikovanju turističkog tržišta. Kriptovalute su jedan od najznačajnijih digitalnih izuma proteklog desetljeća, koje nude alternativu tradicionalnim financijskim sustavima, a njihov potencijalni utjecaj na turističku industriju postaje sve očitiji.

Kriptovalute, koje koriste kriptografiju za osiguravanje sigurnih transakcija i stvaranje novih jedinica digitalnog novca, stekle su značajnu popularnost zbog decentraliziranosti i potencijala da smanje troškove transakcija. Turistička industrija, koja se tradicionalno oslanja na međunarodne financijske transakcije i valutne konverzije, prepoznaje mogućnosti koje kriptovalute mogu donijeti, što uključuje brže transakcije, manju potrebu za posrednicima i smanjenje troškova.

Iako kriptovalute već pronalaze primjenu u drugim sektorima, poput financijskih usluga i maloprodaje, njihova integracija u turizam i ugostiteljstvo još uvijek je u početnoj fazi. Zbog svoje volatilnosti i složenosti, te pravnih i regulatornih prepreka, primjena kriptovaluta suočava se s izazovima, no potencijalna korist za turistički sektor se ne može zanemariti.

1.1. Predmet istraživanja

Predmet ovog diplomskog rada je ispitivanje primjene kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. S obzirom na sve veću popularnost digitalnih valuta, ovo istraživanje bavi se analizom mogućnosti korištenja kriptovaluta u svakodnevним turističkim transakcijama, poput plaćanja smještaja, restoranskih usluga i turističkih tura.

¹ Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Lo, C.-C. (2021). Factors of digital payment adoption in hospitality businesses: A conceptual approach. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2905.

Također, istražuju se i izazovi s kojima se suočavaju turističke tvrtke i potrošači pri integraciji kriptovaluta u svoje poslovanje i putne aranžmane.

1.2. Svrha i cilj istraživanja

Svrha istraživanja je prikazati i analizirati aktualnu razinu svijesti, znanja i korištenja kriptovaluta među turistima i pružateljima turističkih usluga, te istražiti percepciju potencijalnih prednosti i izazova primjene digitalnih valuta u turizmu i ugostiteljstvu.

Cilj ovog istraživanja je ispitati i analizirati potencijalnu ulogu kriptovaluta kao alternativnog sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. Primjena kriptovaluta predstavlja važan korak prema digitalnoj transformaciji, ali donosi izazove u vezi sigurnosti, prihvaćenosti i održivosti. Istraživanje ima sljedeće ciljeve:

- Definirati razinu svijesti i znanja o kriptovalutama među potrošačima i pružateljima usluga.
- Ispitati postojeću praksu korištenja kriptovaluta i analizirati pokretače i prepreke njihove primjene.
- Analizirati stavove potrošača o korištenju kriptovaluta, s naglaskom na sigurnost, brzinu i jednostavnost.
- Procijeniti utjecaj kriptovaluta na efikasnost poslovanja, smanjenje troškova i konkurentnost destinacija.
- Razmotriti održivost kriptovaluta u turizmu, uključujući ekološke i ekonomske prednosti.
- Istražiti buduće perspektive primjene kriptovaluta kao uobičajenog sredstva plaćanja u turizmu.

Istraživačka pitanja:

1. Koliko su turisti i pružatelji turističkih usluga svjesni postojanja kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu?
2. Koji su glavni faktori koji utječu na spremnost korisnika da koriste kriptovalute u turističkim transakcijama?
3. Kakva su iskustva korisnika i pružatelja usluga u pogledu korištenja kriptovaluta u turizmu?
4. Koje prednosti i nedostatke pružatelji usluga i korisnici vide u primjeni kriptovaluta u turizmu?

5. U kojoj mjeri kriptovalute mogu pridonijeti smanjenju troškova transakcija i poboljšanju sigurnosti u turističkim plaćanjima?
6. Kakva je percepcija o budućnosti kriptovaluta kao uobičajenog sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu?

1.3. Hipoteze

Na temelju ciljeva ovog istraživanja, formulirane su sljedeće hipoteze koje će biti testirane u kontekstu primjene kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu:

- H1: Postoji visoka razina svijesti među korisnicima i pružateljima usluga o postojanju kriptovaluta, ali njihova stvarna primjena kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu je još uvijek ograničena.
- H2: Korisnici koji su već koristili kriptovalute u drugim sektorima pokazuju veći interes za njihovu upotrebu u turizmu i ugostiteljstvu u usporedbi s onima koji ih nikada nisu koristili.
- H3: Pružatelji turističkih usluga koji implementiraju kriptovalute kao sredstvo plaćanja ostvaruju niže transakcijske troškove u odnosu na tradicionalne oblike plaćanja.
- H4: Korištenje kriptovaluta u turizmu pridonosi većoj sigurnosti i transparentnosti plaćanja u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.
- H5: Većina ispitanika smatra da će kriptovalute postati uobičajen način plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu u narednih deset godina, te da će turističke destinacije koje ih prihvaćaju privući više posjetitelja.
- H6: Postoji pozitivan stav prema mogućnosti da primjena kriptovaluta doprinosi održivosti turizma kroz smanjenje utjecaja na okoliš, smanjenje troškova i poticanje digitalnih inovacija.

1.4. Ocjena dosadašnjih istraživanja

Uz tradicionalna sredstva plaćanja poput gotovine i kreditnih kartica, suvremeno društvo koristi digitalni novac i mobilna plaćanja.²

² Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111-122.

Tehnološki napredak, od analogne i električne do digitalne tehnologije, donio je brojne inovacije, uključujući pojavu kriptovaluta.³

Porast kriptovaluta predstavlja egzistencijalnu prijetnju mnogim tradicionalnim funkcijama u financijama. Kriptovalute prihvaćaju mehanizam peer-to-peer i učinkovito eliminiraju "posrednika", koji može biti financijska institucija. Na primjer, za transakcije u svijetu kriptovaluta nije potreban bankovni račun ili kreditna kartica. Kriptovaluta "novčanik" služi istoj funkciji kao i bankovni trezor.⁴

S pametnim telefonom i internetom postoji potencijal za revoluciju u financijskoj inkluziji, s obzirom na to da više od dvije milijarde ljudi nema pristup bankovnim uslugama.⁵

Prijelaz s elektronske na digitalnu tehnologiju omogućio je nastanak kriptovaluta, koje su izazvale veliki interes znanstvene javnosti. Iako su teorijski temelji za kriptovalute postavljeni 1998. godine od strane Wei Daija, tek s uvođenjem Bitcoina 2008. godine, virtualne valute su doživjele široku upotrebu. Elektronički novac i peer-to-peer sustavi omogućili su razvoj kriptovaluta kao alternativnog oblika novca.⁶

Sve veća prisutnost e-trgovine dovela je do povećanja potražnje za digitalnim načinima plaćanja. Razvoj blockchain tehnologije omogućio je uvođenje digitalnih sredstava plaćanja, poput kriptovaluta.⁷

Upotreba kriptovaluta kao sredstva plaćanja u svakodnevnim transakcijama značajno je porasla posljednjih godina, ali još uvijek predstavlja mali udio u ukupnoj globalnoj vrijednosti transakcija.⁸ Iako kriptovalute ispunjavaju osnovne funkcije novca – kao obračunske jedinice, sredstva razmjene i pohrane vrijednosti – njihova primjena u industriji ugostiteljstva i turizma, kao i u e-trgovini, još uvijek je ograničena. Unatoč brojnim prednostima, poput nižih transakcijskih troškova i bržeg vremena obrade, potrošači i dalje pokazuju suzdržanost zbog zabrinutosti vezanih uz sigurnost, volatilnost i nedostatak regulatornih okvira.⁹

³ Milutinović, M. (2018). Cryptocurrency. *Ekonomika*, 64(1), 95-104.

⁴ Ibidem.

⁵ World Bank. (2017). The Global Findex Database 2017. Dostupno na: <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex> (22.7.2024).

⁶ Cunjak Mataković, I., Mataković, H. (2018). Kriptovalute – sofisticirani kodovi manipulacije. *International Journal of Digital Technology & Economy*, 3(1), 23-37.

⁷ Kim, J. J., Radic, A., Chua, B.-L., Koo, B., Han, H. (2022). Digital currency and payment innovation in the hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103314.

⁸ Popper, N. (2020, rujan 5). Bitcoin has lost steam, but criminals still love it. *The New York Times*.

⁹ Grassi, L., Lanfranchi, D., Faes, A., Renga, F. M. (2022). Do we still need financial intermediation? The case of decentralized finance – DeFi. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 19(3), 323–347.

Istraživanja pokazuju da je korisničko povjerenje važan faktor u prihvaćanju kriptovaluta kao načina plaćanja.¹⁰ Potrošači u turizmu, posebno oni koji se bave međunarodnim putovanjima, mogu biti skloni koristiti kriptovalute ako im one nude dodatnu sigurnost, privatnost i brzinu transakcija. No, studije također ukazuju na izazove, uključujući percipiranu nesigurnost, posebno u pogledu privatnosti podataka i mogućnosti prijevara. Iako blockchain tehnologija može osigurati transparentnost transakcija i smanjiti rizik prijevara, percepcija potrošača o sigurnosti ovih tehnologija još uvijek nije u potpunosti pozitivna.¹¹

Dosadašnja istraživanja o primjeni kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu ukazuju na rastući interes za ovu temu, posebno u kontekstu digitalne transformacije i sve veće upotrebe novih tehnologija u financijskim transakcijama. Međutim, iako su kriptovalute poput Bitcoina i Etheruma doživjele značajan rast i prihvaćanje u različitim sektorima, njihova primjena u turizmu i ugostiteljstvu još uvijek je u ranoj fazi.

Jedno od pitanja koja su istraživači istaknuli odnosi se na povjerenje potrošača. Povjerenje ima veliku ulogu u prihvaćanju kriptovaluta kao sredstva plaćanja, posebno u industrijama gdje je sigurnost transakcija i privatnost korisničkih podataka od najveće važnosti, poput turizma. Istraživanja su pokazala da, unatoč prednostima poput nižih transakcijskih troškova, većina potrošača još uvijek izražava zabrinutost zbog volatilnosti vrijednosti kriptovaluta, njihove pravne nesigurnosti i mogućnosti prijevara.

Analize također ukazuju da su potrošači skloniji koristiti kriptovalute u međunarodnim transakcijama, gdje bi mogli imati koristi od smanjenih troškova konverzije valuta i brzine transakcija. Međutim, ograničen broj poslovnih subjekata koji prihvaćaju kriptovalute, kao i nedostatak široko rasprostranjenih i pouzdanih platformi za plaćanje, predstavlja dodatnu prepreku njihovom širem prihvaćanju u turizmu.

Dosadašnja istraživanja također ukazuju na potencijal kriptovaluta u smanjenju financijske isključenosti. S obzirom na to da veliki dio svjetske populacije nema pristup tradicionalnim bankovnim uslugama, kriptovalute nude alternativu za uključivanje tih korisnika u globalne financijske tokove. U tom pogledu, kriptovalute imaju potencijal za olakšavanje međunarodnih turističkih transakcija, posebno u regijama s ograničenom dostupnošću bankovnih usluga.

¹⁰ Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-Lopez, F. A., Lytras, M. D. (2018). Social commerce as a driver to enhance trust and intention to use cryptocurrencies for electronic payments. *IEEE Access: Practical Innovations, Open Solutions*, 6, 50737–50751.

¹¹ Almeida, J., Gonçalves, T. C. (2024a). Cryptocurrency market microstructure: A systematic literature review. *Annals of Operations Research*, 332(1–3), 1035–1068.

Unatoč optimizmu vezanom uz budućnost kriptovaluta u turizmu, istraživanja pokazuju i izazove vezane uz regulativni okvir. Nedostatak jasnih pravnih smjernica, kao i različiti stavovi država prema legalnosti kriptovaluta, dodatno usporavaju njihovu implementaciju u turističke i ugostiteljske usluge. Neka istraživanja ukazuju na potrebu za globalnim standardima i pravilima kako bi se potaknula šira upotreba kriptovaluta, ali i povećalo povjerenje korisnika u ovu tehnologiju.

Na temelju prethodnih istraživanja se može zaključiti da dosadašnja istraživanja prepoznaju potencijal kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu, posebno u kontekstu međunarodnih transakcija i smanjenja troškova. No, također ukazuju na potrebu za daljnjim istraživanjima i unaprjeđenjem regulatornog okvira kako bi se prevladali izazovi vezani uz povjerenje, sigurnost i volatilnost. Samo kroz rješavanje ovih izazova kriptovalute mogu postati održiv oblik plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu.

1.5. Metode istraživanja

U procesu istraživanja i pisanja rada korištene su različite znanstvene metode kako bi se temeljito proučila i analizirala primjena kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. Među korištenim metodama, značajnu ulogu imala je metoda sinteze, koja je omogućila integraciju i povezivanje informacija iz različitih izvora te uspostavu koherentnih zaključaka. Metoda sinteze je bitna u procesu oblikovanja cjelovite slike o potencijalu i izazovima primjene kriptovaluta u turističkoj industriji.

Korištene su i metode analize, koje su omogućile detaljno ispitivanje pojedinačnih elemenata teme, poput sigurnosnih dijelova kriptovaluta i njihovih regulatornih izazova. Primjena metode analize je pomogla da se karakteristike kriptovaluta sagledaju iz više perspektiva te da se definiraju čimbenici koji utječu na njihovu primjenu u turizmu i ugostiteljstvu.

Metoda deskripcije je omogućila precizan opis pojmova, procesa i tehnologija vezanih uz kriptovalute i blockchain, čime je olakšano razumijevanje njihove funkcije u pogledu turističkih usluga. Metoda deskripcije je osobito korisna u početnim fazama istraživanja, kada je potrebno jasno definirati osnovne koncepte.

Kroz primjenu induktivnih metoda je na temelju konkretnih primjera i podataka iz istraživanja se došlo do općih zaključaka o ulozi i potencijalu kriptovaluta u turizmu. Metoda je omogućila formiranje generalnih stavova na osnovi specifičnih situacija u turističkoj industriji.

Metoda komparacije omogućila je usporedbu različitih dijelova primjene kriptovaluta u turizmu, što uključuje usporedbu s tradicionalnim sredstvima plaćanja. Metoda komparacije je pomogla da se sagledaju prednosti i nedostaci kriptovaluta u odnosu na tradicionalne sustave, čime se lakše prepoznaju potencijalni smjerovi razvoja.

Metoda kompilacije je korištena za povezivanje različitih izvora podataka, što uključuje znanstvenu literaturu i internetske izvore. Metoda kompilacije je omogućila objedinjavanje različitih perspektiva i stavova o kriptovalutama te njihovu integraciju u cjelovit pregled stanja.

Sekundarna analiza podataka korištena je za interpretaciju postojećih istraživanja i podataka o primjeni kriptovaluta, što je omogućilo dubinsku analizu bez potrebe za prikupljanjem novih primarnih podataka. Sekundarna analiza je pomogla utemeljenju rada na relevantnim i već provjerenim informacijama iz literature.

Primijenjena je metoda dedukcije koja je omogućila izvođenje zaključaka iz općih teorijskih postavki o kriptovalutama i njihovom potencijalu u turizmu. Dedukcijom su razvijene hipoteze i zaključci temeljem prethodno prikupljenih podataka i analiza.

Uz ove metode, provedeno je anketiranje koje je omogućilo prikupljanje stavova i mišljenja ispitanika o primjeni kriptovaluta u turizmu. Anketiranje je pružilo konkretne podatke koji su korišteni u analizi percepcije korisnika o sigurnosti, jednostavnosti i korisnosti kriptovaluta u turističkom sektoru.

1.6. Struktura rada

Rad je strukturno podijeljen na šest međusobno povezanih poglavlja te započinje uvodom. U uvodu je definiran predmet istraživanja, svrha i cilj istraživanja, ocjena dosadašnjih istraživanja, hipoteze, metode istraživanja i struktura rada.

Nakon uvoda je definiran pojam kriptovaluta u sklopu čega je pojašnjen pojam kriptovaluta i primjena kriptovaluta.

Kroz treće poglavlje je opisana primjena kriptovaluta u turizmu u sklopu čega je opisano trenutno stanje u turizmu i metode plaćanja, plaćanje kriptovalutama u turizmu, prednosti korištenja kriptovaluta u turizmu, izazovi primjene kriptovaluta u turizmu i percepcija i prihvaćanje kriptovaluta od strane turističke industrije i potrošača.

Kroz četvrto poglavlje su kratko prikazana ranija istraživanja primjene kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu, a kroz peto poglavlje su prikazani rezultati istraživanja. Rad završava zaključkom koji je ujedno i posljednje poglavlje u radu.

2. Kriptovalute

Kriptovalute su digitalne valute koje koriste kriptografiju za osiguravanje sigurnosti i anonimnosti transakcija, kao i za kontrolu stvaranja novih jedinica valute. Za razliku od tradicionalnih valuta koje izdaju središnje banke i koje se temelje na fizičkom novcu poput novčanica ili kovanica, kriptovalute nemaju fizički oblik. One postoje isključivo u digitalnom obliku i funkcioniraju na decentraliziranoj mreži, obično pomoću blockchain tehnologije.

Blockchain tehnologija, koja je osnova za većinu kriptovaluta, predstavlja distribuiranu bazu podataka koja se sastoji od niza blokova. Svaki blok sadrži skup transakcija koje su ovjerene i povezane s prethodnim blokom putem kriptografskog hash-a, stvarajući tako lanac blokova (blockchain). Ova tehnologija omogućava visok stupanj sigurnosti jer je svaka promjena u lancu lako prepoznatljiva, što sprječava manipulacije i osigurava integritet podataka.¹²

Jedna od bitnijih karakteristika kriptovaluta je njihova decentralizacija. Tradicionalne valute kontroliraju središnje banke i vlade koje mogu utjecati na njihovu vrijednost i ponudu. S druge strane, kriptovalute su decentralizirane i upravljane kroz mrežu korisnika koji validiraju i bilježe transakcije. Decentralizacija smanjuje rizik od inflacije koju uzrokuje prekomjerno tiskanje novca i pruža veću financijsku slobodu korisnicima.¹³

Kriptovalute također nude veću anonimnost u usporedbi s tradicionalnim financijskim sustavima. Transakcije su pseudonimne, što znači da identiteti korisnika nisu izravno povezani s njihovim transakcijama. Iako sve transakcije na blockchainu ostaju trajno zabilježene i javno dostupne, povezivanje tih transakcija s pojedincima zahtijeva dodatne informacije.¹⁴

Sigurnost kriptovaluta temelji se na složenim kriptografskim algoritmima koji osiguravaju da su transakcije nepromjenjive i autentične. Kriptografski ključevi koriste se za autentifikaciju korisnika i ovjeravanje transakcija, što dodatno povećava sigurnost sustava.¹⁵

¹² Sajter, D. (2017). Financijska analiza kriptovaluta u odnosu na standardne financijske instrumente. *Financije - teorija i suvremena pitanja*, EFOS.

¹³ Abdurakhmanova, G., Shayusupov, N., Irmatova, A., Rustamov, D. (2020). The role of the digital economy in the development of the human capital market. *Br.* 25.

¹⁴ Ibidem.

¹⁵ Ibidem.

Kao sredstvo razmjene, kriptovalute nude brojne prednosti, uključujući brze i jeftine međunarodne transakcije. Tradicionalne banke često naplaćuju visoke naknade za međunarodne prijenose i zahtijevaju nekoliko dana za obradu transakcija. S kriptovalutama, prijenosi mogu biti gotovo trenutni i uz minimalne troškove, bez obzira na geografsku udaljenost između pošiljatelja i primatelja.¹⁶

Kriptovaluta je digitalna imovina dizajnirana da funkcionira kao sredstvo razmjene koristeći kriptografiju za osiguranje transakcija, kontrolu stvaranja novih jedinica i verifikaciju prijenosa imovine. Različite kriptovalute imaju različite skupove pravila, uključujući mehanizme konsenzusa, latenciju ili kriptografske algoritme.¹⁷

Kriptovaluta bez intrinzične vrijednosti, poput Bitcoina, može funkcionirati samo ako postoji dovoljno tržišno prihvaćanje i vjerovanje da valuta ima vrijednost koja joj se pripisuje. U konvencionalnom fiat sustavu, novac ima vrijednost jer ljudi vjeruju centralnoj banci. Za kriptovalutu, dodatak javnom registru potvrđuje mnoštvo sudionika. Transakcija je valjana samo ako je izlaz jednak ulazu, što znači da transaktor zapravo posjeduje sredstva koja želi prenijeti.¹⁸

2.1. Povijest kriptovaluta

Povijest kriptovaluta započinje još davne 1983. godine, kada su postavljeni prvi temelji za njihovo kasnije razvijanje. Jedno od značajnijih spominjanja kriptovaluta dogodilo se 1998. godine kada je Wei Dai objavio opis sustava pod nazivom "b-novac". Taj sustav predstavljao je anonimni, distribuirani elektronički gotovinski sustav koji je bio vizionarski koncept za to vrijeme.¹⁹

Ubrzo nakon Daiovog opisa, Nick Szabo je razvio koncept pod nazivom "bit zlato". Poput Bitcoina i drugih valuta koje su uslijedile, "bit zlato" je bio elektronički valutni sustav koji je zahtijevao od korisnika da izvrše funkciju dokazivanja rada putem rješenja koja su bila kriptografski sastavljena i objavljena. Ovaj sustav temeljio se na konceptu dokazivanja rada.²⁰

¹⁶ Ibidem.

¹⁷ Iwamura, M., Kitamura, Y., Matsumoto, T. (2014). Is bitcoin the only cryptocurrency in the town? Economics of Cryptocurrency and Friedrich A. Hayek.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Orešković, D. (2020, veljača 18). Koje su lokacije Bitcoin bankomata u Hrvatskoj? Hrvatski Bitcoin Portal. Dostupno na: <https://crobitcoin.com/koje-su-lokacije-bitocin-bankomata-u-hrvatskoj/> (16.7.2024).

²⁰ Ibidem.

Godine 2008., pseudonimni autor Satoshi Nakamoto objavio je bijelu knjigu koja je detaljno opisivala Bitcoin, prvu potpuno funkcionalnu kriptovalutu. Bitcoin je predstavio inovativan pristup digitalnom novcu, koristeći blockchain tehnologiju za postizanje decentralizacije, sigurnosti i anonimnosti u transakcijama.²¹

Do 2014. godine, kriptovalute su počele privlačiti pažnju središnjih banaka diljem svijeta. Usvajanje Bitcoina i drugih kriptovaluta predstavljalo je značajan izazov za sposobnost središnjih banaka da kontroliraju cijenu kredita i monetarnu politiku. Gareth Murphy, viši službenik središnjeg bankarstva, izjavio je kako široko rasprostranjena upotreba kriptovaluta može otežati statističkim agencijama prikupljanje podataka o gospodarskim aktivnostima koje vlade koriste za usmjeravanje gospodarstva. Također je upozorio da virtualne valute predstavljaju novi izazov kontroli središnjih banaka nad važnim funkcijama monetarne i tečajne politike.²²

Pravni status kriptovaluta značajno se razlikuje od zemlje do zemlje i često se mijenja. Neke zemlje su izričito dopustile upotrebu kriptovaluta, uključujući i trgovine, dok su druge zemlje zabranile ili ograničile njihovu upotrebu. Na primjer, Kineska središnja banka zabranila je financijskim institucijama rukovanje kriptovalutama početkom 2014. godine, tijekom iznimno brzog perioda usvajanja. U Rusiji su kriptovalute legalne, ali je nezakonito kupovati robu bilo kojom valutom osim ruske rublje.²³

Kriptovalute se primarno koriste izvan postojećih bankovnih i državnih institucija, te se razmjenjuju putem Interneta. Ovi alternativni, decentralizirani načini razmjene još su uvijek u ranim fazama razvoja, ali imaju jedinstveni potencijal da izazovu postojeće sustave valuta i plaćanja. Do lipnja 2017. godine, ukupna tržišna kapitalizacija kriptovaluta premašila je 100 milijardi USD, dok je rekordno visoka dnevna količina trgovanja bila veća od 6 milijardi USD.²⁴

Od tada do danas, tržište kriptovaluta je nastavilo rasti i evoluirati, privlačeći sve veći interes investitora, tehnoloških entuzijasta i regulatornih tijela.

Kriptovalute su postale važan dio globalnog financijskog ekosustava, a njihova uloga i utjecaj nastavljaju se širiti i razvijati.

²¹ Ibidem.

²² Ibidem.

²³ Ibidem.

²⁴ Ibidem.

2.2. Vrste kriptovaluta

Kriptovalute su digitalni oblici novca koji koriste kriptografiju za osiguranje transakcija i kontrolu stvaranja novih jedinica. Postoji više vrsta kriptovaluta, od kojih svaka ima karakteristike i namjene.

Vrste kriptovaluta i njihove karakteristike su prikazane u Tablicu 1.

Tablica 1. Vrste kriptovaluta i njihove karakteristike

Vrsta kriptovalute	Primjer	Značajke	Namjena
Transakcijske valute	Bitcoin (BTC)	Decentralizirana, anonimne transakcije	Digitalni novac za razmjenu dobara i usluga
Platformske valute	Ethereum (ETH)	Pametni ugovori, decentralizirane aplikacije	Razvoj decentraliziranih aplikacija
Stabilne valute	Tether (USDT)	Vezane uz fiat valute, niska volatilnost	Stabilna vrijednost za transakcije i štednju
Sigurnosne valute	Polymath (POLY)	Tokenizacija dionica i imovine	Olakšavanje finansijskih instrumenata i ulaganja

Izvor: Izrada autora prema The Investopedia Team. (2024, lipanj 15). Cryptocurrency explained with pros and cons for investment. Investopedia. Dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/c/cryptocurrency.asp> (14.7.2024).

Transakcijske valute se koriste prvenstveno za kupnju i prodaju dobara i usluga. Bitcoin je najpoznatiji primjer i koristi se kao digitalna verzija gotovine.

Platformske valute služe kao osnova za razvoj i izvršavanje pametnih ugovora i decentraliziranih aplikacija. Ethereum je najpoznatija platforma koja omogućuje razvoj složenih aplikacija.

Stabilne valute su dizajnirane kako bi imale stabilnu vrijednost, često vezane uz fiat valute kao što je američki dolar. Tether je primjer takve valute koja smanjuje volatilnost.

Sigurnosne valute omogućuju tokenizaciju stvarne imovine, poput dionica ili nekretnina. Polymath omogućuje stvaranje i upravljanje sigurnosnim tokenima koji predstavljaju vlasništvo nad stvarnom imovinom.

3. Primjena kriptovaluta u turizmu

Recentni tehnološki napreci značajno su utjecali na turističku industriju, pri čemu je usvajanje novih metoda plaćanja postalo bitno pitanje. Kriptovalute su u posljednjem desetljeću postale popularne, pri čemu Bitcoin prednjači kao najpoznatija. Blockchain tehnologija koja podržava kriptovalute nudi sigurno i decentralizirano okruženje za financijske transakcije.²⁵

Primjena kriptovaluta u turizmu predstavlja suvremeni fenomen koji mijenja tradicionalne obrasce plaćanja i poslovanja unutar turističke industrije. S obzirom na sve veću digitalizaciju poslovnih procesa, turizam, kao jedna od najznačajnijih globalnih ekonomskih grana, prirodno se prilagođava inovacijama poput kriptovaluta. Kriptovalute, koje su se pojavile kao decentralizirani oblik digitalnog novca, omogućuju sigurnije, brže i povoljnije financijske transakcije, bez potrebe za posrednicima poput banaka. Iako njihova primjena u turizmu još uvijek nije raširena, rastući broj poduzeća i turističkih destinacija počinje prepoznavati potencijal ovih digitalnih valuta. Osim što smanjuju troškove i olakšavaju međunarodne transakcije, kriptovalute omogućuju turistima veću slobodu i anonimnost u plaćanju. Ipak, njihova volatilitnost i nedostatak regulacije predstavljaju izazov za širu implementaciju u turističkom sektoru.

3.1. Trenutno stanje u turizmu i metode plaćanja

Turistička industrija tradicionalno koristi kreditne kartice i bankovne transfere kao glavne metode plaćanja. Iako su ove metode široko prihvaćene, nose visoke troškove transakcija i sigurnosne rizike. Kriptovalute predstavljaju inovativno rješenje koje može smanjiti te troškove i poboljšati sigurnost.²⁶

Kreditne kartice i bankovni transferi su široko prihvaćeni, ali imaju svoje prednosti i nedostatke. Kreditne kartice pružaju pogodnosti poput online kupovine, nagrada i zaštite od prijevare, dok su bankovni transferi sigurni ali spori i komplicirani. S druge strane, kriptovalute nude sigurnost, brzinu i visoku razinu privatnosti, pružajući industriji mogućnost da zadovolji potrebe sve većeg broja potrošača koji traže inovativna rješenja za plaćanje.²⁷

²⁵ Aiazbekov, A. (2023). Cryptocurrency as a method of payment in the tourism sector. *Financial Internet Quarterly*, 19(1), 57-65.

²⁶ Ibidem.

²⁷ Ibidem.

Turistički sektor mora neprestano prepoznati i prilagoditi se novim potrebama turista, a jedan od izazova u modernom turizmu jest prilagodba novim načinima plaćanja. Tradicionalna sredstva plaćanja, poput gotovine i kreditnih kartica, polako ustupaju mjesto digitalnim novčanicima, mobilnim plaćanjima i kriptovalutama.

Plaćanje kriptovalutama u turizmu nudi brojne prednosti, poput nižih transakcijskih troškova, bržih i sigurnijih plaćanja, te eliminacije posrednika, što može pozitivno utjecati na cijenu usluga.²⁸

3.2. Plaćanje kriptovalutama u turizmu

Tehnologija koja omogućuje prihvaćanje kriptovaluta kao sredstva plaćanja postaje sve važnija za turističke subjekte koji žele smanjiti troškove transakcija, poboljšati sigurnost i povećati učinkovitost svojih financijskih operacija.

U nastavku je prikazana tablica s pregledom najpopularnijih softverskih sustava za obradu plaćanja, zemljama njihovog podrijetla te prosječnim ocjenama korisnika.

Popularnost softverskih sustava za obradu plaćanja je prikazana u Tablici 2.

Tablica 2. Popularnost softverskih sustava za obradu plaćanja

Naziv aplikacije	Država podrijetla	Ocjena korisnika (1-5)
Coinbase Commerce	Sjedinjene Države	3.9
Electroneum	Ujedinjeno Kraljevstvo	3.3
BitPay	Sjedinjene Države	4.1
Circle	Sjedinjene Države	4.1
Coinomi	Cipar	4.3
CoinGate	Litva	2.7
Cryptopay	Ujedinjeno Kraljevstvo	3.8
Blockonomics	Indija	4.6
CoinsPaid	Estonija	4.8
Paytomat wallet	Ukrajina	5.0

Izvor: Izrada autora prema Aiazbekov, A. (2023). Cryptocurrency as a method of payment in the tourism sector. *Financial Internet Quarterly*, 19(1), 57-65.

²⁸ TripleA. (2023). Cryptocurrency ownership data. Dostupno na: <https://triple-a.io/crypto-ownership-data/> (28.8.2024).

Softverski sustavi poput Paytomat wallet i CoinsPaid dobili su visoke ocjene zbog svoje učinkovitosti i jednostavnosti korištenja, dok su neki drugi sustavi poput CoinGate zabilježili niže ocjene korisnika.

Najznačajnije tvrtke povezane s turizmom koje prihvaćaju Bitcoin kao sredstvo plaćanja su prikazane u Tablici 3.

Tablica 3. Najznačajnije tvrtke povezane s turizmom koje prihvaćaju Bitcoin kao sredstvo plaćanja

Društvo	Slučaj upotrebe	Podržane kriptovalute	Prihvaćeni načini plaćanja	Prihvaćen Crypto od
PayPal	Online plaćanja	Bitcoin, Ethereum, Litecoin	Izravni, kripto novčanici	2020
Expedia	Rezervacije putovanja	Bitcoin	Izravni, kripto novčanici	2014
Podzemna željeznica	Hrana i piće	Bitcoin	Izravno na odabranim lokacijama	2013
Starbucks	Hrana i piće	Bitcoin (putem Bakkt-a)	Aplikacija treće strane	2020
Virgin Galactic	Putovanje svemirom	Bitcoin	Izravni, kripto novčanici	2013

Izvor: Izrada autora prema Pacheco, R. (2024, ožujak 7). 35 companies that accept Bitcoin & crypto as payment in 2024. SwissMoney. Reviewed by C. Lawler. Dostupno na: <https://swissmoney.com/who-accepts-bitcoin-as-payment> (20.7.2024).

Iz tablice je vidljivo da sve veći broj renomiranih tvrtki prihvaća Bitcoin kao legitimno sredstvo plaćanja, što ukazuje na rastuću važnost i prihvaćenost kriptovaluta u globalnoj ekonomiji.

Iako je upotreba kriptovaluta još uvijek u ranoj fazi u mnogim dijelovima svijeta, brojni pružatelji turističkih usluga već su počeli prihvaćati kriptovalute kao sredstvo plaćanja. U Hrvatskoj su primjerice platforme Electrocoin s PayCek sustavom i Fima Plus s FIMA Pay sustavom omogućile prihvaćanje kriptovaluta u hotelima, restoranima i turističkim agencijama, pretvarajući kriptovalute gotovo trenutno u fiat valute kako bi se izbjegla volatilnost tečaja.

Iako se korištenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu još uvijek ne koristi masovno, primjeri poput hotela Marvie u Splitu, koji nudi mogućnost plaćanja usluga Bitcoinom i Ethereumom, ukazuju na potencijal šire primjene u budućnosti.²⁹

Može se zaključiti da prihvaćanje kriptovaluta u turističkom sektoru predstavlja rastući trend koji donosi brojne prednosti za pružatelje turističkih usluga, ali i za same korisnike. Tehnološki napredak omogućava turističkim subjektima smanjenje transakcijskih troškova, povećanje sigurnosti i transparentnosti te brže financijske operacije, što se u konačnici može pozitivno odraziti na poslovanje. Premda korištenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu još uvijek nije široko rasprostranjeno, postoje jasni primjeri njihove uspješne primjene, osobito u segmentima putovanja i ugostiteljstva.

Popularnost softverskih rješenja za obradu kriptovaluta pokazuje kako tržište prepoznaje učinkovitost i jednostavnost određenih platformi, dok su drugi sustavi suočeni s izazovima u zadovoljavanju korisničkih očekivanja. Visoke ocjene pojedinih sustava za obradu kripto transakcija ukazuje na to da postoji značajan potencijal za daljnji razvoj ove tehnologije u turističkom sektoru.

Također, sve veći broj globalno prepoznatljivih tvrtki u turizmu, poput Expedije i Virgin Galactica, koji prihvaćaju Bitcoin i druge kriptovalute, jasno pokazuje rastuću integraciju digitalnih valuta u svakodnevne financijske transakcije.

3.3. Prednosti korištenja kriptovaluta u turizmu

Kriptovalute nude brojne prednosti za turistički sektor, uključuju smanjenje troškova transakcija, povećanu sigurnost, brzinu plaćanja i eliminaciju posrednika. Prednosti mogu značajno poboljšati učinkovitost i konkurentnost turističkih poduzeća.³⁰

Decentralizirane transakcije smanjuju potrebu za posrednicima, što može rezultirati bržim i jeftinijim transakcijama, posebno u kontekstu međunarodnih plaćanja.³¹

Plaćanja kriptovalutama su brza, sigurna i anonimna, bez vremenskih i prostorno ograničenja.³²

Prednosti kriptovaluta uključuju univerzalnost plaćanja, minimalne naknade i mogućnost plaćanja bilo gdje i bilo kada, što je posebno važno za mobilnost putnika.

²⁹ Mujačević, E. (2024). Application of cryptocurrency as a method of payment in tourism. *Tourism and Hospitality Management*, 30(1), 39–49.

³⁰ Ibidem.

³¹ Ibidem.

³² Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Lo, C.-C. (2021). Factors of digital payment adoption in hospitality business: A conceptual approach. *European Journal of Tourism Research*, 29, 1-10.

Upotreba kriptovaluta donosi brojne prednosti za turiste. Jedna od prednosti jest smanjenje troškova transakcija, budući da kriptovalute eliminiraju potrebu za posrednicima poput banaka, što smanjuje troškove i vrijeme potrebno za obradu transakcija.³³

Osim toga, kriptovalute omogućuju globalnu primjenu bez ograničenja u geografskom smislu, što je iznimno važno za putnike koji prelaze različite valute i financijske sustave. Kriptovalute također nude dodatnu sigurnost, s obzirom na anonimnost i decentraliziranost transakcija, što ih čini otpornima na prijevare i krađe identiteta.

3.4. Izazovi primjene kriptovaluta u turizmu

Unatoč brojnim prednostima, postoje značajni izazovi u primjeni kriptovaluta u turizmu. Regulativne prepreke, sigurnosni rizici, niska razina prihvaćenosti i nedostatak edukacije su problemi koji zahtijevaju rješenje.³⁴

Unatoč prednostima, postoje i određeni izazovi vezani uz primjenu kriptovaluta u turizmu. Jedan od najvećih izazova je volatilnost tržišta kriptovaluta, što može uzrokovati značajne promjene u vrijednosti valute u kratkom vremenskom razdoblju. Također, nedovoljna regulacija i pravna nesigurnost oko upotrebe kriptovaluta u različitim zemljama mogu obeshrabriti pružatelje usluga i potrošače. Primjena kriptovaluta zahtijeva stabilne pravne okvire kako bi se povećalo povjerenje turista i poduzetnika u ovu tehnologiju.³⁵

Nedostatak jasnog regulatornog okvira također predstavlja značajan izazov. Iako su kriptovalute globalno sve prisutnije, pravni status kriptovaluta varira od zemlje do zemlje. U nekim zemljama, kriptovalute su u potpunosti legalne, dok su u drugima zabranjene ili podložne strogoj regulaciji.

Daljnji izazov je tehnološka složenost i nedostatak edukacije. Iako je korištenje kriptovaluta jednostavno za one koji su tehnički pismeni, veliki dio potrošača i poslovnih subjekata još uvijek nije dovoljno upoznat s načinom na koji funkcioniraju kriptovalute i blockchain tehnologija.

Navedeno rezultira sporijom stopom prihvaćanja, jer mnogi potrošači preferiraju tradicionalne metode plaćanja zbog svoje jednostavnosti i pouzdanosti.

³³ Treiblmaier, H., Leung, D., Kwok, A. O. J., Tham, A. (2021). Cryptocurrency adoption in travel and tourism – An exploratory study of Asia Pacific travellers. *Current Issues in Tourism*, 24(2), 3165–3181.

³⁴ Ibidem.

³⁵ Ibidem.

3.5. Percepcija i prihvaćanje kriptovaluta od strane turističke industrije i potrošača

Percepcija kriptovaluta među sudionicima u turističkoj industriji i turistima je bitna za njihovo usvajanje. Mnogi putnici i turističke tvrtke mogu biti skeptični zbog nedostatka znanja i razumijevanja, kao i zbog zabrinutosti vezanih uz stabilnost i sigurnost kriptovaluta.³⁶

Unatoč ovim izazovima, istraživanja pokazuju rastuću spremnost potrošača da koriste digitalne valute za plaćanje putnih troškova, što predstavlja priliku za turističku industriju da se prilagodi i iskoristi prednosti koje kriptovalute nude.³⁷

S jedne strane, određeni dijelovi industrije, poput hotela, aviokompanija i online putničkih agencija, počeli su prihvaćati kriptovalute kao alternativni oblik plaćanja. Primjeri takvih inicijativa uključuju platforme poput Travala.com, koje omogućuju korisnicima plaćanje usluga u različitim kriptovalutama.³⁸

Takvi koraci odražavaju otvorenost dijela turističke industrije prema inovacijama, a ujedno služe kao testiranje tržišta i potrošačke spremnosti. S druge strane, mnogi dionici u turističkom sektoru izražavaju oprez zbog nestabilnosti kriptovaluta i nedostatka jasnih regulatornih okvira.³⁹ Volatilnost cijena kriptovaluta, koja može izazvati značajne promjene u vrijednosti u kratkom vremenskom razdoblju, predstavlja glavni razlog za suzdržanost kod implementacije kripto plaćanja. Turistički sektor, koji ovisi o stabilnim i predvidljivim financijskim tokovima, skeptičan je prema mogućim rizicima vezanim uz konverziju kriptovaluta u fiat valute te potencijalnim gubicima zbog fluktuacija tržišta.⁴⁰

Percepcija potrošača, odnosno turista, pokazuje sve veći interes za korištenje kriptovaluta, posebice među mlađom populacijom koja je tehnički osvještenija i sklonija digitalnim inovacijama.⁴¹ Međutim, opće prihvaćanje kriptovaluta među potrošačima također nailazi na određene prepreke. Glavni izazov je razumijevanje tehnologije i povjerenje u sigurnost kripto transakcija. Iako blockchain tehnologija osigurava visok stupanj zaštite, mnogi potrošači još uvijek nisu dovoljno informirani o načinu funkcioniranja kriptovaluta, što može izazvati nepovjerenje i suzdržanost pri korištenju.⁴²

³⁶ Ibidem.

³⁷ Ibidem.

³⁸ Ibidem.

³⁹ Ibidem.

⁴⁰ Ibidem.

⁴¹ Ibidem.

⁴² Ibidem.

4. Ranija istraživanja primjene kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu

Istraživanja koja su proveli Nuryyev i suradnici (2018) pokazuju da namjera korištenja kriptovaluta ovisi o percipiranoj korisnosti i jednostavnosti upotrebe, pri čemu povjerenje ima bitnu ulogu.⁴³

Turizam ima značajnu ulogu u poticanju novih tehnologija. Menadžeri u turizmu koriste inovativne tehnologije kao strateški alat za postizanje konkurentske prednosti i razvoj marketinških strategija. Uvođenje kriptovaluta u ugostiteljstvu može povećati konkurentnost i sigurnost plaćanja potvrdili su Nuryyev i sur. (2021).⁴⁴ Unatoč nedostatku istraživanja o usvajanju kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu, postoje jasne naznake da bi njihova primjena mogla donijeti brojne prednosti. Potrebna su daljnja istraživanja kako bi se razumjele motivacije i namjere turista u korištenju kriptovaluta, te kako bi se prevladali izazovi i maksimizirale prednosti ove tehnologije u turizmu.

Rezultati istraživanja Kim i suradnika pokazuju da je većina ispitanika svjesna postojanja kriptovaluta, ali je stvarna primjena i dalje ograničena. Ispitanici izražavaju umjeren skepticizam prema sigurnosti kriptovaluta, iako prepoznaju prednosti poput smanjenja transakcijskih troškova. Većina ispitanika vidi kriptovalute kao korisne u kontekstu olakšavanja međunarodnih transakcija, osobito u turizmu.⁴⁵

Također, istraživanja ukazuju na to da su pojedinci koji su skloniji inovacijama imaju veću vjerojatnost prihvaćanja kriptovaluta kao načina plaćanja.⁴⁶

Istraživanja koja su proveli Mutambik i suradnici pokazuju da su veliki izazovi u prihvaćanju kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu vezani uz percipirane rizike i regulatorni okvir. Prema studijama, potrošači iskazuju zabrinutost oko povjerljivosti podataka, prepoznatljivosti transakcija i ranjivosti na prijevare. ako su kriptovalute dizajnirane kako bi osigurale anonimnost i sigurnost, istraživanja pokazuju da potrošači još uvijek sumnjaju u njihovu pouzdanost.⁴⁷

⁴³ Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Achyldurdyeva, J. (2018, 28 October). Factors influencing the intention to use cryptocurrency payments: An examination of blockchain economy. In *Tourman 2018 Conference Proceedings* (pp. 303-310). Rhodes: Greece.

⁴⁴ Ibidem.

⁴⁵ Kim, J. J., Radic, A., Chua, B.-L., Koo, B., Han, H. (2022). Digital currency and payment innovation in the hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103314.

⁴⁶ Ibidem.

⁴⁷ Mutambik, I., Almugrin, A., Zhang, J. Z., Alharbi, Z. H. (n.d.). *Trust in cryptocurrency payments: A cross-cultural analysis of factors influencing adoption*. IGI Global.

Nadalje, istraživanja ukazuju na potrebu za jačim regulatornim okvirom koji bi pružio sigurnost i zaštitu korisnicima kriptovaluta, čime bi se smanjio rizik od prijevara i povećalo povjerenje u nove tehnologije.⁴⁸

Unatoč izazovima, istraživanja pokazuju da kriptovalute mogu poboljšati korisničko iskustvo u turizmu, osobito u međunarodnim transakcijama. Turisti koji često putuju u različite zemlje mogu koristiti kriptovalute kako bi izbjegli troškove konverzije valuta i osigurali brže transakcije.⁴⁹

Iako kriptovalute nude značajan potencijal u turizmu i ugostiteljstvu, njihovo široko prihvaćanje i dalje je ograničeno zbog percipiranih rizika i nedostatka regulatornih mjera. Kako bi se kriptovalute u potpunosti integrirale u ovaj sektor, potrebno je povećati povjerenje potrošača, razviti regulatorne okvire te poboljšati percepciju sigurnosti i pouzdanosti tehnologije. Uvođenjem obrazovnih programa za potrošače i trgovce, kao i implementacijom jačih sigurnosnih mjera, kriptovalute mogu postati sastavni dio turističkog i ugostiteljskog sektora u bliskoj budućnosti.⁵⁰

Prema istraživanju provedenom među turistima koji su posjetili Hrvatsku u prosincu 2022. godine, većina ispitanika još uvijek nije koristila kriptovalute kao sredstvo plaćanja tijekom putovanja. Samo 9,8% ispitanika izjavilo je da su koristili kriptovalute za plaćanje smještaja, dok su druge usluge poput restorana ili transporta još uvijek slabo zastupljene u ovom načinu plaćanja. Ipak, rezultati ukazuju na motivaciju za korištenje kriptovaluta, posebno zbog nižih transakcijskih troškova i jednostavnosti korištenja. Međutim, namjera turista da koriste kriptovalute u budućim putovanjima još uvijek je relativno niska, što ukazuje na potrebu za daljnjom edukacijom i promocijom prednosti ovog načina plaćanja.⁵¹

Pregled istraživanja o primjeni kriptovaluta u turizmu je prikazan u Tablici 4.

Tablica 4. Pregled istraživanja o primjeni kriptovaluta u turizmu

Istraživanje	Rezultati	Percepcija turista	Izazovi u primjeni
Nuryyev i sur. (2018)	Namjera korištenja kriptovaluta ovisi o percipiranoj korisnosti i jednostavnosti upotrebe, pri čemu povjerenje ima bitnu ulogu.	Povjerenje ima značajan utjecaj na prihvaćanje kriptovaluta.	Nedostatak povjerenja i percipirani rizici.

⁴⁸ Ibidem.

⁴⁹ Ibidem.

⁵⁰ Ibidem.

⁵¹ Mujačević, E. (2024). Application of cryptocurrency as a method of payment in tourism. *Tourism and Hospitality Management*, 30(1), 39–49.

Kim i sur. (2021)	Ispitanici su svjesni kriptovaluta, ali njihova primjena je ograničena.	Umjeren skepticizam prema sigurnosti kriptovaluta.	Transakcijski troškovi i međunarodne transakcije prepoznati su kao prednosti.
Mutambik i sur. (2020)	Percipirani rizici i regulatorne prepreke glavni su izazovi prihvatanja kriptovaluta.	Potrošači su zabrinuti zbog sigurnosti podataka i prijevara.	Nedostatak regulacije i pouzdanosti tehnologije.
Istraživanje u Hrvatskoj (2022)	Samo 9,8% ispitanika koristilo je kriptovalute za plaćanje smještaja.	Turisti prepoznaju prednosti poput nižih transakcijskih troškova.	Ograničeno prihvatanje kriptovaluta zbog nedostatka informiranosti i promocije.

Izvor: Izrada autora

Prethodna tablica prikazuje istraživanja koja se bave primjenom kriptovaluta u turizmu, što uključuje namjere turista, izazove u prihvatanju i percepciju sigurnosti. Istraživanje Nuryyeva i suradnika naglašava važnost povjerenja kao važnog faktora u namjeri korištenja kriptovaluta, dok Kim i suradnici ukazuju na skeptičnost prema sigurnosti, unatoč svijesti o kriptovalutama. Mutambik i suradnici definiraju regulatorne prepreke i percipirane rizike kao bitne izazove, dok istraživanje provedeno u Hrvatskoj 2022. godine pokazuje da je stvarna primjena kriptovaluta još uvijek vrlo ograničena, s naglaskom na motivaciju povezanu s nižim transakcijskim troškovima.

5. Istraživanje primjene kriptovaluta kao sredstvo plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu

Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja predstavlja jedan od najnovijih trendova u digitalizaciji financijskih sustava. Tehnološki napredak i sve veća uporaba digitalnih valuta postavljaju nove izazove i mogućnosti, osobito u sektorima poput turizma i ugostiteljstva, gdje se potreba za brzim, sigurnim i jednostavnim transakcijama stalno povećava.

Istraživanje o primjeni kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu ima cilj ispitati razinu svijesti, stavove korisnika i pružatelja usluga, te utjecaj ovih digitalnih sredstava na poslovanje. Posebno će se analizirati prednosti poput smanjenja troškova transakcija, veće sigurnosti i olakšavanja međunarodnih plaćanja, kao i potencijalni izazovi, uključujući sigurnosne rizike i regulatorne prepreke. Kriptovalute, kao inovativno rješenje u financijskom poslovanju, nude brojne prednosti, ali njihova šira primjena još uvijek je u ranoj fazi, pogotovo u turizmu, gdje korisnici često preferiraju tradicionalne metode plaćanja.

Kroz ovo istraživanje će se nastojati prikazati trenutna praksa korištenja kriptovaluta, spremnost potrošača i pružatelja usluga za njihovu primjenu, te ocijeniti održivost i buduće perspektive njihove integracije u turističku i ugostiteljsku industriju.

5.1. Ciljevi i sadržaj istraživanja

Cilj ovog istraživanja je ispitati i analizirati potencijalnu ulogu kriptovaluta kao alternativnog sredstva plaćanja u sektoru turizma i ugostiteljstva. Primjena kriptovaluta u ovom kontekstu predstavlja inovativan korak prema digitalnoj transformaciji poslovanja, no također otvara brojne izazove i pitanja vezana uz sigurnost, prihvaćenost i održivost. Konkretno, istraživanje ima sljedeće ciljeve:

1. Definirati razinu svijesti i znanja korisnika o kriptovalutama - istražiti će se koliko su potrošači i pružatelji usluga u turizmu i ugostiteljstvu upoznati s kriptovalutama, te koliko su spremni koristiti ih kao sredstvo plaćanja.
2. Ispitati postojeću praksu korištenja kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu - analizirati će se konkretni slučajevi primjene kriptovaluta kao sredstva plaćanja unutar ovog sektora, kako bi se utvrdili glavni pokretači i prepreke njihove implementacije.

3. Analizirati stavove potrošača o upotrebi kriptovaluta u turizmu - kroz anketu će se prikupiti mišljenja korisnika o prednostima i nedostacima korištenja kriptovaluta u turističkim uslugama, uključujući sigurnost, brzinu transakcija te jednostavnost korištenja.
4. Procijeniti utjecaj kriptovaluta na poslovanje u turizmu i ugostiteljstvu - istražiti će se na koji način upotreba kriptovaluta može utjecati na efikasnost poslovanja, smanjenje troškova i povećanje konkurentnosti turističkih destinacija.
5. Razmotriti održivost kriptovaluta u turizmu - cilj je analizirati u kojoj mjeri kriptovalute mogu doprinijeti održivosti turizma kroz ekološke prednosti, smanjenje transakcijskih troškova i poticanje digitalnih inovacija u sektoru.
6. Istražiti buduće perspektive primjene kriptovaluta u turizmu - ispitat će se mogućnosti daljnjeg razvoja i prihvaćanja kriptovaluta kao uobičajenog sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu u narednim godinama.

5.2. Hipoteze

Na temelju ciljeva ovog istraživanja, formulirane su sljedeće hipoteze koje će biti testirane u kontekstu primjene kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu:

- H1: Postoji visoka razina svijesti među korisnicima i pružateljima usluga o postojanju kriptovaluta, ali njihova stvarna primjena kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu je još uvijek ograničena.
- H2: Korisnici koji su već koristili kriptovalute u drugim sektorima pokazuju veći interes za njihovu upotrebu u turizmu i ugostiteljstvu u usporedbi s onima koji ih nikada nisu koristili.
- H3: Pružatelji turističkih usluga koji implementiraju kriptovalute kao sredstvo plaćanja ostvaruju niže transakcijske troškove u odnosu na tradicionalne oblike plaćanja.
- H4: Korištenje kriptovaluta u turizmu pridonosi većoj sigurnosti i transparentnosti plaćanja u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.
- H5: Većina ispitanika smatra da će kriptovalute postati uobičajen način plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu u narednih deset godina, te da će turističke destinacije koje ih prihvaćaju privući više posjetitelja.

- H6: Postoji pozitivan stav prema mogućnosti da primjena kriptovaluta doprinosi održivosti turizma kroz smanjenje utjecaja na okoliš, smanjenje troškova i poticanje digitalnih inovacija.

5.3. Metodologija istraživanja

Ovo istraživanje koristi kvantitativni pristup s ciljem prikupljanja i analize podataka o stavovima i iskustvima korisnika vezanih uz primjenu kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. Primarna metoda prikupljanja podataka bila je online anketa, koja je dizajnirana kako bi ispitanici mogli jednostavno i anonimno odgovoriti na pitanja vezana uz njihovo poznavanje, korištenje i stavove o kriptovalutama.

Upitnik je bio dostupan tijekom 14 dana putem Facebook grupa posvećenih putovanjima, čime je ciljana populacija uglavnom bila povezana s turističkim sektorom, bilo kao putnici ili kao pružatelji usluga. S obzirom na online distribuciju, cilj je bio dosegnuti što širi spektar ispitanika, a anketu je ispunilo ukupno 112 sudionika.

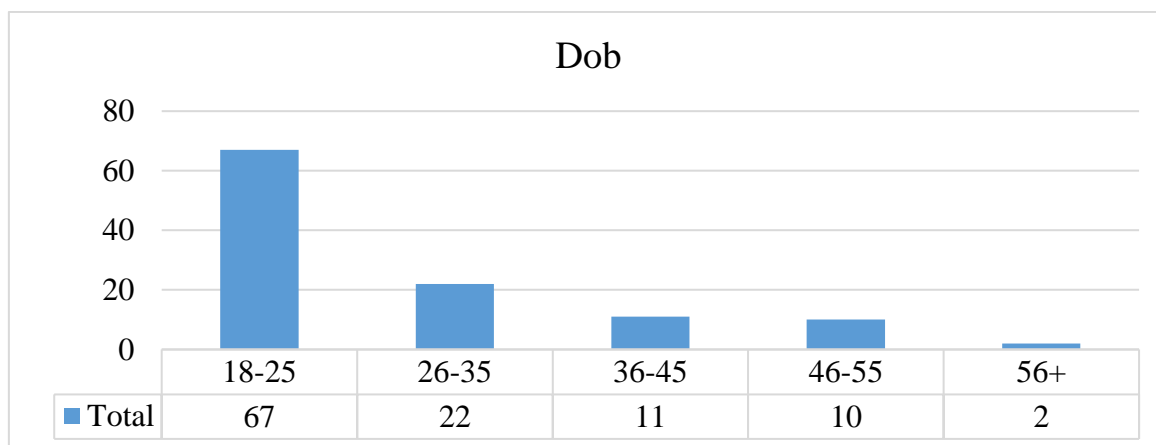
Upitnik je sadržavao četiri glavne tematske cjeline: demografski podaci, poznavanje i korištenje kriptovaluta, stavovi o kriptovalutama u turizmu, te održivost i budućnost kriptovaluta u turizmu. Pitanja su bila strukturirana kao višestruki izbor, Likertova skala, te otvorena pitanja, kako bi se omogućila dublja analiza stavova ispitanika.

5.4. Rezultati istraživanja

U ovom dijelu poglavlja su prikazani rezultati istraživanja koji se odnose na primjenu kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu.

Dob ispitanika je prikazana na Grafikonu 1.

Grafikon 1. Dob ispitanika

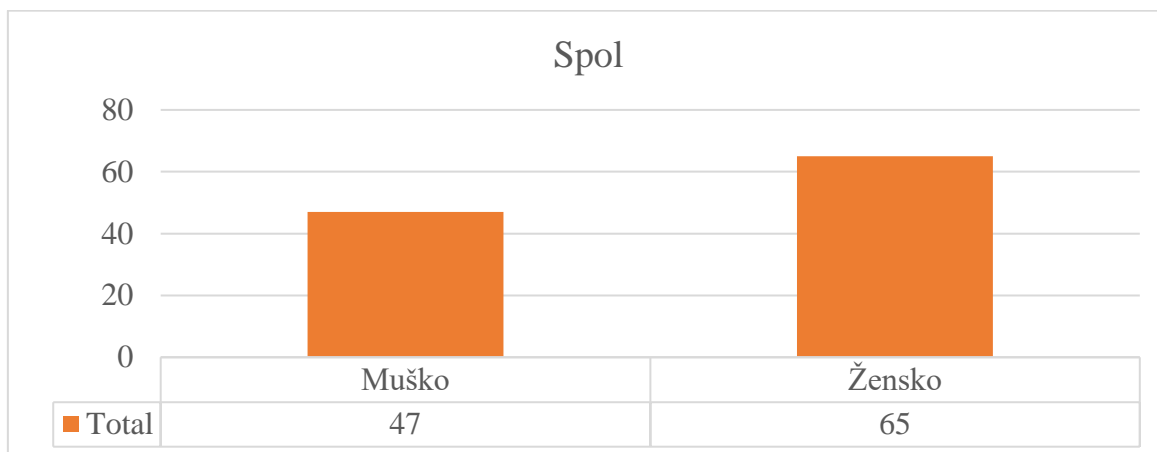


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika pripada skupini od 18 do 25 godina, s ukupno 67 ispitanika, što čini daleko najveći udio u odnosu na ostale dobne skupine. Skupina ispitanika između 26 i 35 godina slijedi s 22 ispitanika, dok su ostale dobne skupine znatno manje zastupljene. Skupina od 36 do 45 godina broji 11 ispitanika, skupina od 46 do 55 godina broji 10 ispitanika, dok je najmanji broj ispitanika u skupini starijih od 56 godina, s tek 2 ispitanika.

Spol ispitanika je prikazan na Grafikonu 2.

Grafikon 2. Spol ispitanika

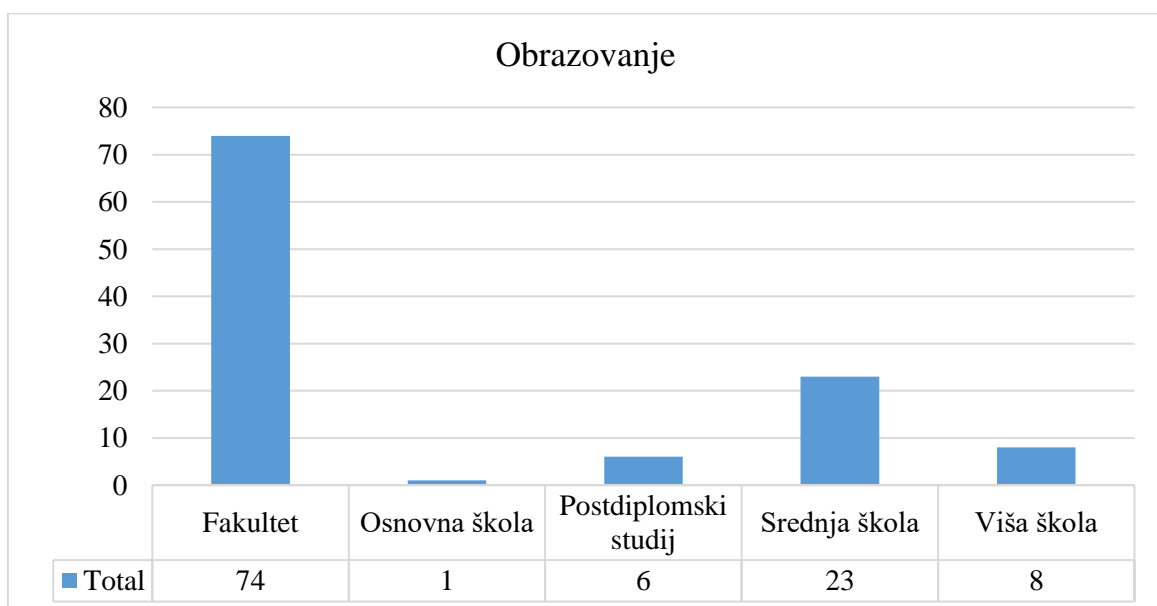


Izvor: Izrada autora

Iz grafikona je vidljivo da su ženske ispitanice brojnije, s ukupno 65 ispitanica, dok muških ispitanika ima 47.

Obrazovanje ispitanika je prikazano na Grafikonu 3.

Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika

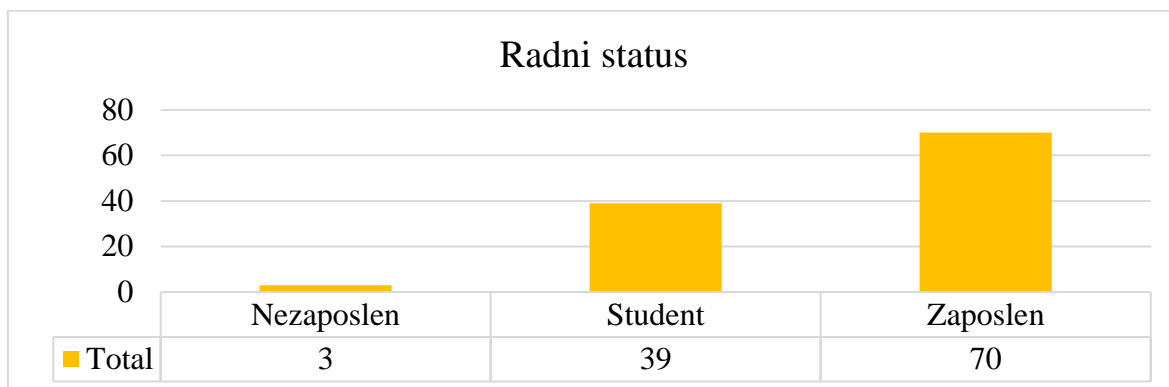


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika ima završeni fakultet, s ukupno 74 ispitanika, što čini daleko najveći udio u odnosu na ostale obrazovne razine. Slijedi kategorija srednje škole, koja uključuje 23 ispitanika. Postdiplomski studij završilo je 6 ispitanika, dok višu školu ima 8 ispitanika. Na kraju, najmanji broj ispitanika završio je osnovnu školu, s ukupno 1 ispitanikom.

Radni status ispitanika je prikazan na grafikonu 4.

Grafikon 4. Radni status ispitanika

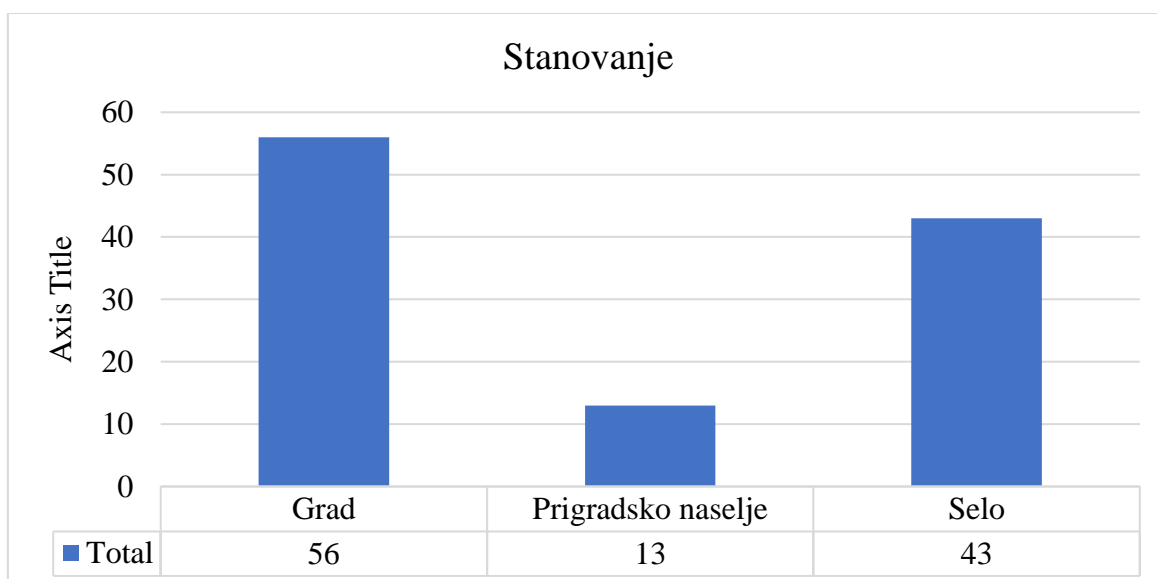


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika pripada kategoriji zaposlenih, s ukupno 72 ispitanika. Sljedeća skupina po brojnosti su studenti, s ukupno 40 ispitanika. Nezaposlenih ispitanika ima najmanje, samo 3.

Mjesto stanovanja ispitanika je prikazano na Grafikonu 5.

Grafikon 5. Mjesto stanovanja ispitanika



Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika živi u gradu, s ukupno 56 ispitanika. Druga najveća skupina ispitanika dolazi iz sela, s 43 ispitanika. Najmanje ispitanika dolazi iz prigradskog naselja, ukupno njih 13.

Poznavanje kriptovaluta među ispitanicima je prikazano na Grafikonu 6.

Grafikon 6. Poznavanje kriptovaluta među ispitanicima

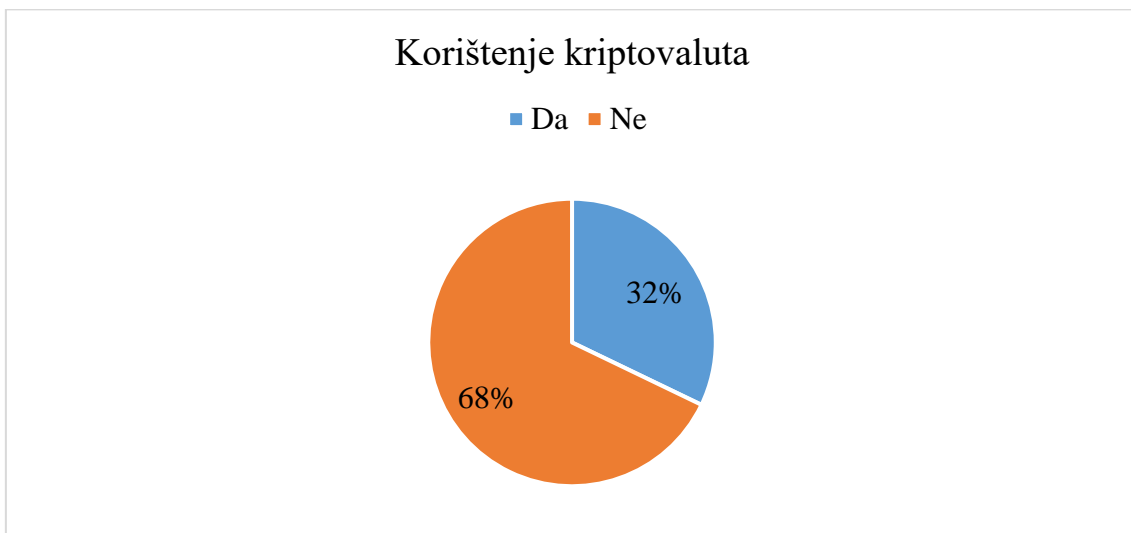


Izvor: Izrada autora

Prema prikazanim podacima, velika većina ispitanika (96%) ima određeno znanje o kriptovalutama, dok samo mali postotak ispitanika (4%) nije upoznato s pojmom kriptovaluta. Rezultati ukazuju na visok stupanj svijesti i informiranosti o kriptovalutama među ispitanicima.

Korištenje kriptovaluta među ispitanicima je prikazano na Grafikonu 7.

Grafikon 7. Korištenje kriptovaluta među ispitanicima

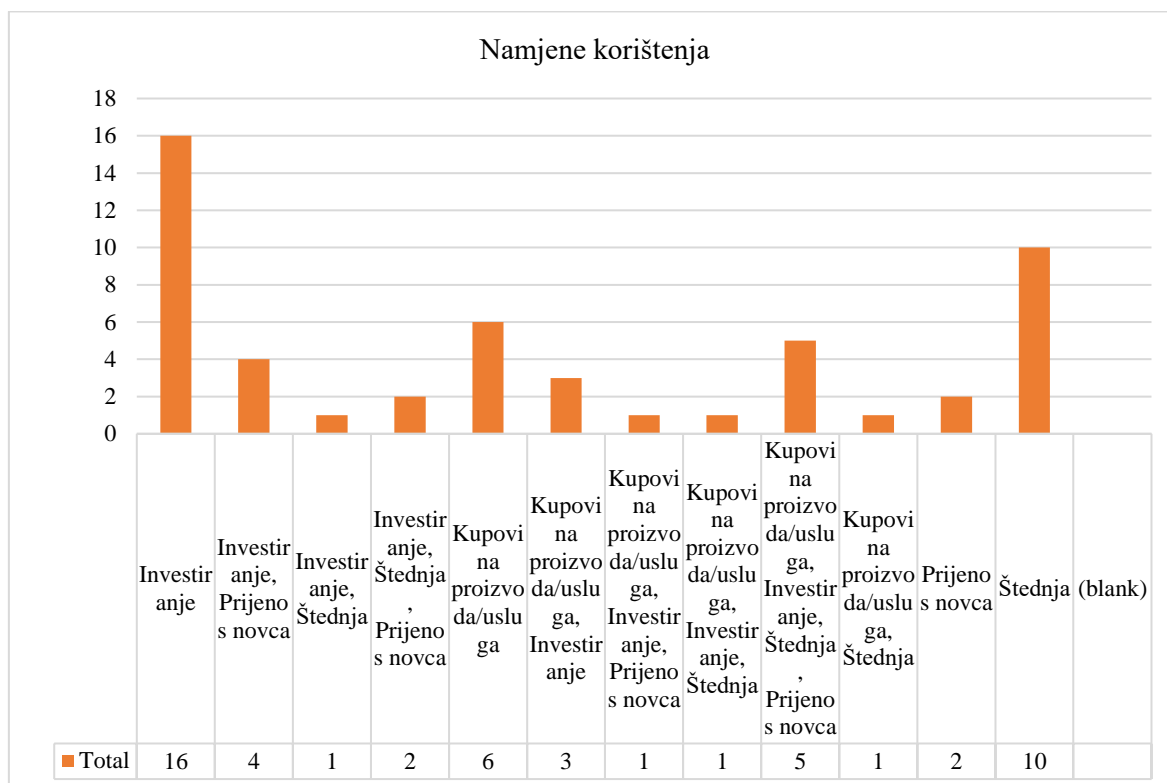


Izvor: Izrada autora

Prema prikazanim rezultatima, većina ispitanika (68%) ne koristi kriptovalute, dok 32% ispitanika izjavljuje da koristi kriptovalute. Rezultati ukazuju na to da, unatoč visokoj razini svijesti o kriptovalutama (što je prikazano u prethodnom grafikonu), značajan broj ispitanika ipak ne sudjeluje aktivno u njihovom korištenju.

Namjene korištenja kriptovaluta među korisnicima su prikazane na Grafikonu 8.

Grafikon 8. Namjene korištenja kriptovaluta među korisnicima



Izvor: Izrada autora

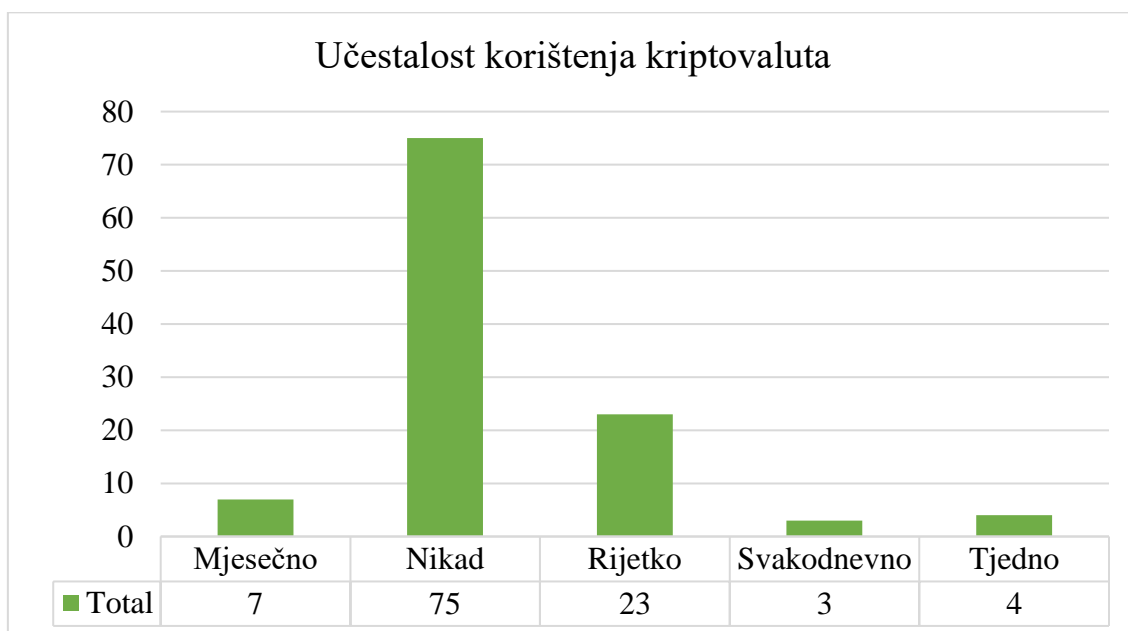
Grafikon prikazuje različite namjene korištenja kriptovaluta među korisnicima, podijeljene u više kategorija. Na vodoravnoj osi nalaze se različite kombinacije namjena, dok okomita os prikazuje broj ispitanika koji su izabrali svaku od tih namjena.

Najveći broj korisnika, njih 16, koristi kriptovalute isključivo za investiranje, što predstavlja najčešću svrhu korištenja. Značajan broj ispitanika, njih 10, koristi kriptovalute isključivo za štednju. Manji broj ispitanika koristi kriptovalute u kombinaciji s drugim aktivnostima, kao što su investiranje i prijenos novca (4 ispitanika), ili za štednju i investiranje (6 ispitanika).

Manje učestale kombinacije uključuju korištenje kriptovaluta za kupovinu proizvoda ili usluga, što je često kombinirano s investiranjem, štednjom ili prijenosom novca.

Učestalost korištenja kriptovaluta među ispitanicima je prikazano na Grafikonu 9.

Grafikon 9. Učestalost korištenja kriptovaluta među ispitanicima

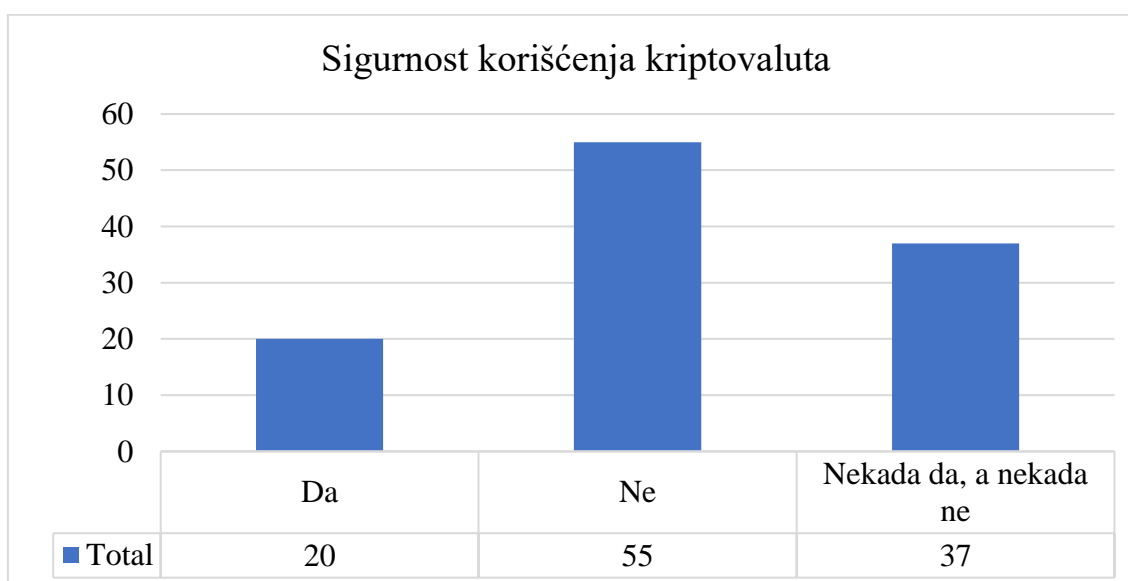


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 75, nikada ne koristi kriptovalute, što čini dominantan dio uzorka. Sljedeća najbrojnija skupina su ispitanici koji rijetko koriste kriptovalute, s 23 ispitanika. Mjesečno korištenje prijavljuje 7 ispitanika, dok su najmanje zastupljene kategorije svakodnevnog i tjednog korištenja, s 3 odnosno 4 ispitanika.

Osjećaj sigurnosti pri korištenju kriptovaluta među ispitanicima je prikazana na Grafikonu 10.

Grafikon 10. Osjećaj sigurnosti pri korištenju kriptovaluta među ispitanicima

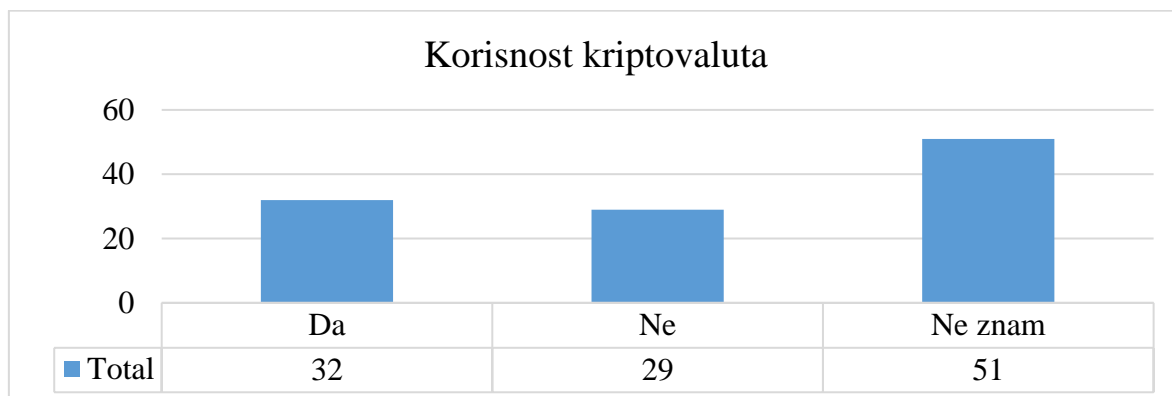


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 55, izjavljuje da se ne osjećaju sigurnima pri korištenju kriptovaluta, što čini većinu uzorka. Značajan broj ispitanika, njih 37, navodi kako osjećaj sigurnosti varira, odnosno da se ponekad osjećaju sigurnima, a ponekad ne. Samo 20 ispitanika izjavljuje da se osjećaju sigurnima pri korištenju kriptovaluta.

Stavovi o korisnosti kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu su prikazani na Grafikonu 11.

Grafikon 11. Stavovi o korisnosti kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu

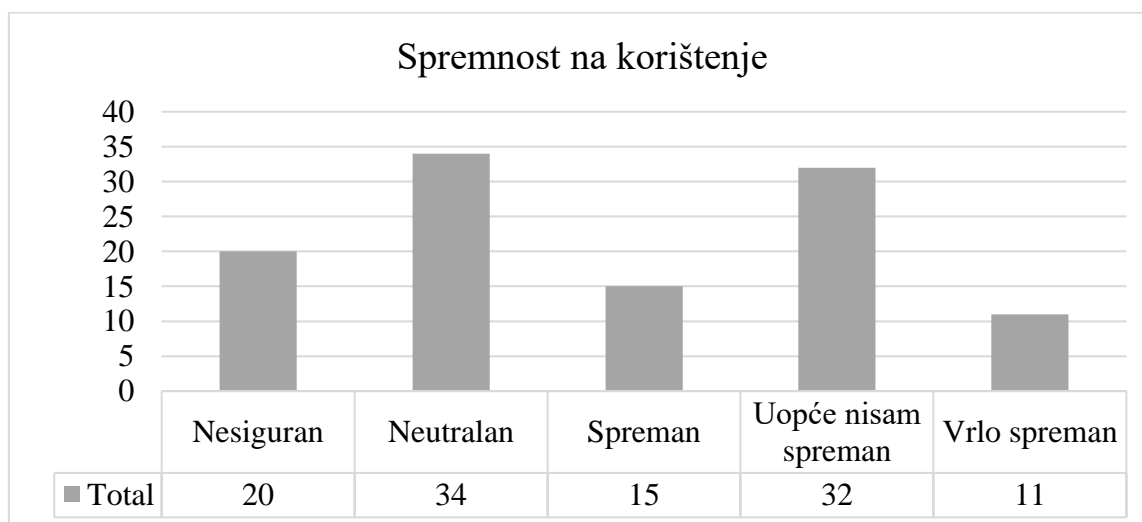


Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 52, izjavilo je da ne znaju smatraju li kriptovalute korisnima kao sredstvo plaćanja u turizmu. Navedeno ukazuje na visok stupanj neodlučnosti ili nedostatka informacija o ovoj temi. Ispitanici koji smatraju da su kriptovalute korisne čine 30% uzorka, dok 29 ispitanika ne vjeruje u njihovu korisnost u turističkom sektoru.

Spremnost na korištenje kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga je prikazano na Grafikonu 12.

Grafikon 12. Spremnost na korištenje kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga



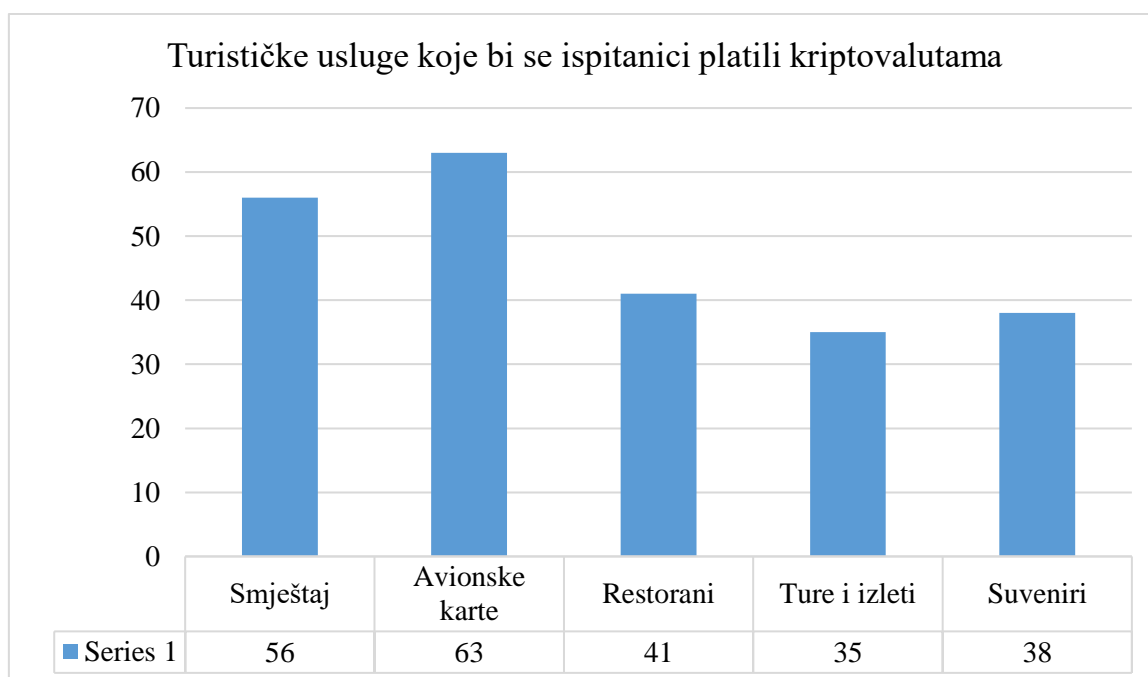
Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje spremnost ispitanika na korištenje kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga, podijeljenu u pet kategorija: nesiguran, neutralan, spreman, uopće nisam spreman i vrlo spreman. Na vodoravnoj osi nalaze se ove kategorije, dok okomita os prikazuje broj ispitanika koji su odabrali svaku od opcija.

Najveći broj ispitanika, njih 34, ima neutralan stav prema korištenju kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga, što ukazuje na neodlučnost ili indiferentnost prema ovoj opciji. Druga najzastupljenija skupina su ispitanici koji uopće nisu spremni na korištenje kriptovaluta, s ukupno 32 ispitanika. Manji broj ispitanika izjavljuje da su nesigurni (20 ispitanika) ili spremni (15 ispitanika) koristiti kriptovalute. Najmanja skupina, njih 11, navodi da su vrlo spremni koristiti kriptovalute za plaćanje turističkih usluga.

Vrste turističkih usluga koje bi ispitanici platili kriptovalutama je prikazano na Grafikonu 13.

Grafikon 13. Vrste turističkih usluga koje bi ispitanici platili kriptovalutama



Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih oko 65, izjavilo je da bi platilo avionske karte kriptovalutama, što čini ovu kategoriju najpopularnijom. Slijedi kategorija smještaja, s približno 60 ispitanika koji su izrazili spremnost platiti ovu uslugu kriptovalutama. Restorani su treća najzastupljenija kategorija, s oko 45 ispitanika, dok ture i izleti te suveniri bilježe nešto manju, ali sličnu razinu interesa, s oko 40 ispitanika za svaku kategoriju.

Stavovi o kriptovalutama u turizmu su prikazani u Tablici 5.

Tablica 5. Stavovi o kriptovalutama u turizmu

Tvrdnja	AVERAGE	MODE	MEDIAN	STDEVP
Kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu.	3,04	3	3	1,17
Kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga.	2,75	3	3	1,14
Kriptovalute mogu olakšati međunarodna plaćanja za turiste.	3,26	3	3	1,27
Kriptovalute su jednostavnije za korištenje u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.	2,57	3	3	1,20
Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja može unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih.	3,31	4	3	1,32

Izvor: Izrada autora

Prethodna tablica prikazuje stavove ispitanika o korištenju kriptovaluta u turizmu kroz pet različitih tvrdnji, evaluiranih prema statističkim mjerama prosjeka (AVERAGE), moda (MODE), medijana (MEDIAN) i standardne devijacije (STDEVP). Kroz ove tvrdnje moguće je analizirati percepciju potencijala kriptovaluta u turističkom sektoru.

Prva tvrdnja, "Kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu", ima prosječnu ocjenu od 3,04, što ukazuje na blagi nagib prema pozitivnom stavu. Medijan i mod također iznose 3, što ukazuje na to da su odgovori ispitanika uglavnom u skladu, bez ekstremnih odstupanja. Standardna devijacija iznosi 1,17, što ukazuje na relativno homogenu raspodjelu stavova ispitanika.

Druga tvrdnja, "Kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga", ima nižu prosječnu ocjenu od 2,75, no medijan i mod su i dalje na razini 3. Navedeno ukazuje na određenu skepsu ispitanika prema sigurnosti kriptovaluta u turističkim transakcijama. Standardna devijacija od 1,14 ukazuje na to da su stavovi ispitanika relativno ujednačeni.

Treća tvrdnja, "Kriptovalute mogu olakšati međunarodna plaćanja za turiste", bilježi prosječnu ocjenu od 3,26, što je najviša prosječna ocjena među tvrdnjama u tablici. Navedeno ukazuje da većina ispitanika prepoznaje mogućnost korištenja kriptovaluta za međunarodne transakcije u turizmu.

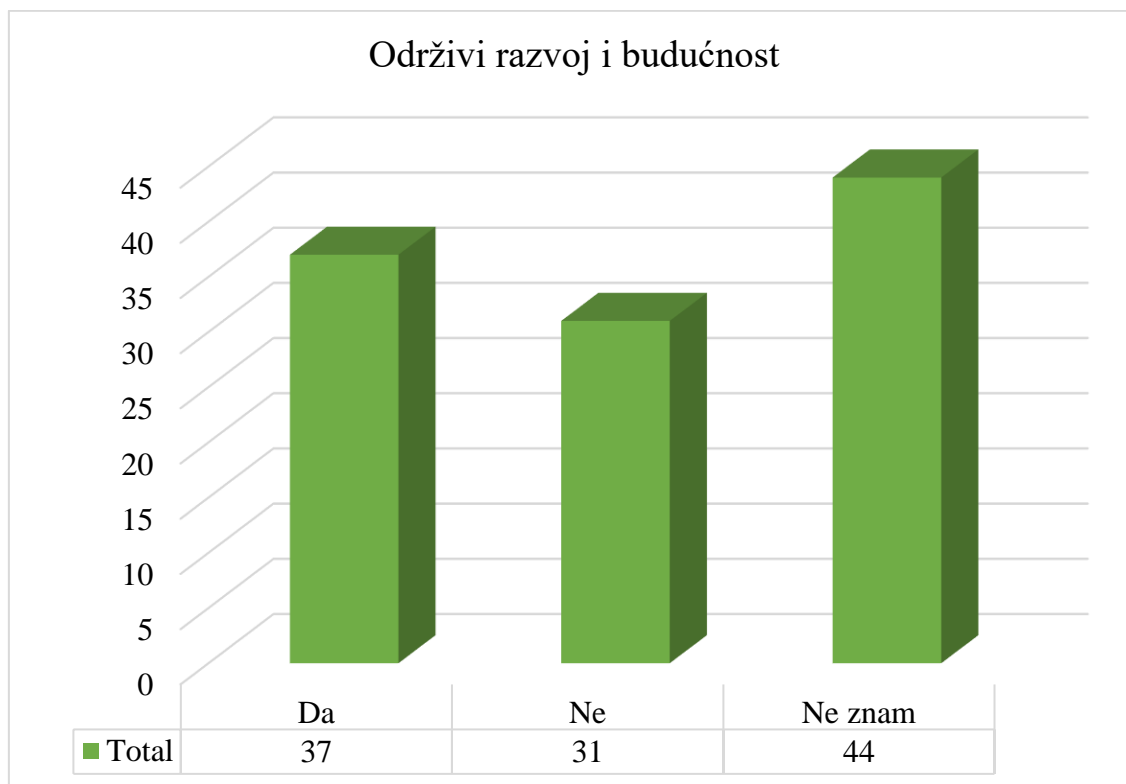
Medijan i mod su 3, što dodatno potvrđuje dosljednost u odgovorima. Međutim, standardna devijacija od 1,27 pokazuje nešto veće odstupanje u stavovima u usporedbi s prethodnim tvrdnjama.

Četvrta tvrdnja, "Kriptovalute su jednostavnije za korištenje u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja", ima najnižu prosječnu ocjenu od 2,57, što ukazuje na to da većina ispitanika ne smatra kriptovalute jednostavnijima za korištenje. Mod i medijan su 3, što ukazuje na to da je dobar dio odgovora neutralan, dok standardna devijacija iznosi 1,20, što ukazuje na umjereno variranje stavova.

Posljednja tvrdnja, "Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja može unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih", ima prosječnu ocjenu od 3,31, što je najviša ocjena u analizi. Navedeno ukazuje na relativno pozitivan stav prema utjecaju kriptovaluta na imidž turističkih destinacija. Mod je 4, što ukazuje da najveći broj ispitanika smatra da uvođenje kriptovaluta može pozitivno utjecati na percepciju destinacije. Standardna devijacija iznosi 1,32, što je najveća u tablici, što ukazuje na najveći stupanj neslaganja među ispitanicima po ovoj tvrdnji.

Mišljenja o doprinosu kriptovaluta održivosti u turizmu su prikazana na Grafikonu 14.

Grafikon 14. Mišljenja o doprinosu kriptovaluta održivosti u turizmu



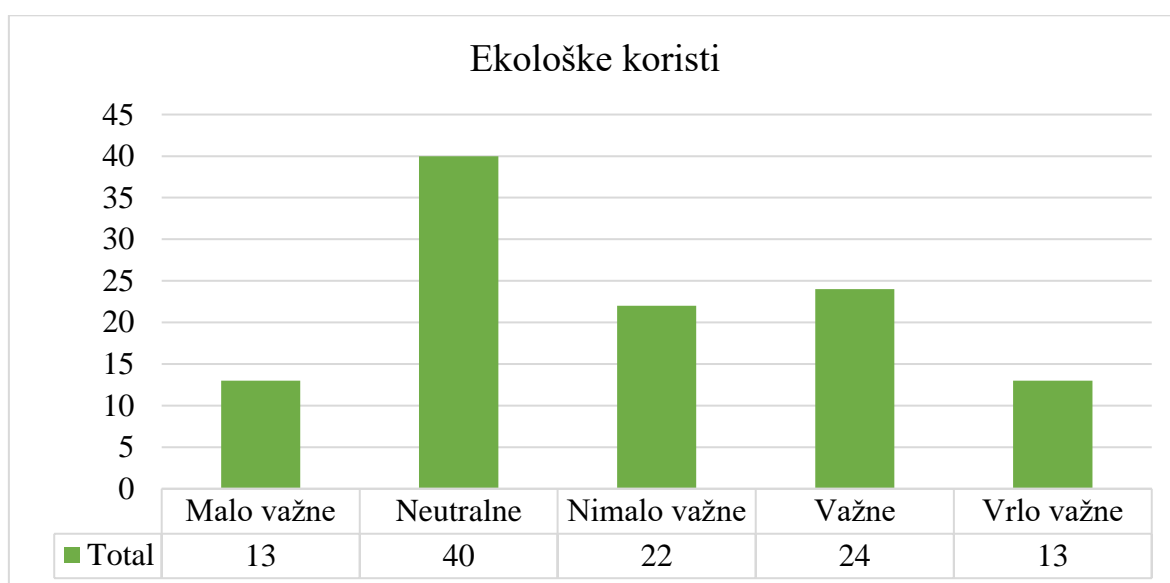
Izvor: Izrada autora

Najveći broj ispitanika, njih 44, izjavilo je da nisu sigurni u doprinos kriptovaluta održivosti u turizmu, što ukazuje na visok stupanj nesigurnosti i nedostatka informacija među ispitanicima o ovoj temi.

Značajan broj ispitanika, njih 37, smatra da kriptovalute mogu doprinijeti održivom razvoju turizma. S druge strane, 31 ispitanik vjeruje da kriptovalute ne doprinose održivosti u turizmu.

Važnost ekoloških koristi kriptovaluta u turizmu prema mišljenju ispitanika je prikazana na Grafikonu 15.

Grafikon 15. Važnost ekoloških koristi kriptovaluta u turizmu prema mišljenju ispitanika



Izvor: Izrada autora

Grafikon prikazuje stavove ispitanika o važnosti ekoloških koristi kriptovaluta u turizmu, kategorizirane prema pet stupnjeva važnosti: malo važne, neutralne, nimalo važne, važne i vrlo važne.

Najveći broj ispitanika, njih 40, smatra ekološke koristi kriptovaluta neutralnima, što ukazuje na to da većina ispitanika nije sklona ni pozitivnom ni negativnom stavu po ovom pitanju. Druga najzastupljenija skupina su ispitanici koji smatraju ekološke koristi važnima, s približno 25 ispitanika, dok je 20 ispitanika navelo da te koristi smatra nimalo važnima. Oko 15 ispitanika smatra ekološke koristi malo važnima, dok najmanji broj, njih oko 10, smatra te koristi vrlo važnima.

Stavovi o budućnosti kriptovaluta u turizmu su prikazani u Tablici 6.

Tablica 6. Stavovi o budućnosti kriptovaluta u turizmu

Tvrdnja	AVERAGE	MODE	MEDIAN	STDEVP
Kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu.	2,71	3	3	1,11
Kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga.	2,74	3	3	1,22
Kriptovalute mogu olakšati međunarodna plaćanja za turiste.	2,96	3	3	1,28
Kriptovalute su jednostavnije za korištenje u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.	2,95	3	3	1,19
Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja može unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih.	2,94	3	3	1,20

Izvor: Izrada autora

Prva tvrdnja, "Kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu", ima prosječnu ocjenu od 2,71, što ukazuje na blagi skepticizam ispitanika prema ovoj tvrdnji. Iako su medijan i mod na razini 3, što ukazuje na neutralan stav, standardna devijacija od 1,11 pokazuje relativno ujednačene odgovore, ali i ukazuje na blagu tendenciju prema nesigurnosti.

Druga tvrdnja, "Kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga", ima nešto višu prosječnu ocjenu od 2,74, ali i dalje ukazuje na pretežno neutralan ili neodlučan stav ispitanika. Medijan i mod ponovno iznose 3, dok standardna devijacija od 1,22 upućuje na veći raspon odgovora u odnosu na prvu tvrdnju, što ukazuje na mješovite stavove o sigurnosti kriptovaluta u turističkim transakcijama.

Treća tvrdnja, "Kriptovalute mogu olakšati međunarodna plaćanja za turiste", ima najviši prosjek od 2,96, što ukazuje na lagani pomak prema pozitivnijem stavu ispitanika. Međunarodna priroda turizma može biti razlog zašto ispitanici prepoznaju potencijal kriptovaluta u olakšavanju prekograničnih plaćanja. Ipak, standardna devijacija od 1,28 ukazuje na širu disperziju stavova, što ukazuje na to da postoji neslaganje među ispitanicima po ovom pitanju.

Četvrta tvrdnja, "Kriptovalute su jednostavnije za korištenje u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja", ima prosječnu ocjenu od 2,95, što ukazuje na relativno neutralan stav. Medijan i mod su i dalje na razini 3, dok standardna devijacija od 1,19 pokazuje da odgovori nisu u potpunosti ujednačeni, što može ukazivati na različite razine iskustva ispitanika s kriptovalutama.

Posljednja tvrdnja, "Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja može unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih", ima prosjek od 2,94. Ova ocjena ukazuje na blago pozitivniji stav prema mogućnosti da kriptovalute doprinesu jačanju imidža turističkih destinacija. Iako je mod 3, što ukazuje na neutralan stav većine ispitanika, standardna devijacija od 1,20 upućuje na to da postoje različita mišljenja o ovom pitanju.

Rezultati pokazuju neutralne do blago pozitivne stavove prema potencijalnoj ulozi kriptovaluta u turizmu. Ispitanici prepoznaju mogućnost olakšavanja međunarodnih plaćanja i poboljšanja imidža turističkih destinacija, ali još uvijek postoji određeni skepticizam u vezi s troškovima, sigurnošću i jednostavnošću korištenja kriptovaluta u turističkom sektoru.

5.5. Diskusija

Prema rezultatima, velika većina ispitanika (96%) ima određeno znanje o kriptovalutama, što ukazuje na visoku razinu svijesti među potrošačima. Međutim, unatoč toj svijesti, stvarna primjena kriptovaluta ostaje ograničena – 68% ispitanika ne koristi kriptovalute. Ova razlika između svijesti i primjene ukazuje na postojanje barijera koje sprječavaju širu upotrebu kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu, a koje mogu uključivati tehničke prepreke, regulatorne izazove i nedostatak povjerenja u sigurnost ovih transakcija.

Ispitanici su izrazili neutralne do blago pozitivne stavove prema korištenju kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga. Najveći broj ispitanika pokazuje neutralnost ili neodlučnost, s 34% koji zauzimaju neutralan stav prema spremnosti na korištenje kriptovaluta. Navedeno da bi daljnje edukativne kampanje i povećanje povjerenja mogli potaknuti veću prihvaćenost kriptovaluta. Također, korisnici koji su spremni koristiti kriptovalute uglavnom ih vide kao sredstvo za plaćanje specifičnih usluga poput avionskih karata (65%) i smještaja (60%), što ukazuje na mogućnost većeg prihvaćanja u sektorima koji zahtijevaju međunarodne transakcije.

Međutim, većina ispitanika nije sigurna u ekonomske koristi kriptovaluta u turizmu, posebno u vezi sa smanjenjem troškova transakcija. Prosječna ocjena tvrdnje da kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu iznosi 2,71, što ukazuje na skepsu ispitanika prema toj koristi.

Upravo je taj dio važan pokazatelj za pružatelje usluga, koji bi trebali osigurati transparentnije informacije o troškovima i uštedama vezanim za korištenje kriptovaluta.

Jedan od izazova za primjenu kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu odnosi se na percepciju sigurnosti. Više od polovice ispitanika (55%) izjavilo je da se ne osjećaju sigurnima pri korištenju kriptovaluta. Također, tvrdnja da kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga imala je prosječnu ocjenu od 2,74, što odražava nesigurnost ispitanika u pogledu zaštite njihovih transakcija. Navedeni rezultat ukazuje na potrebu za boljom regulacijom i informiranjem korisnika o sigurnosnim dijelovima digitalnih valuta.

Jednostavnost korištenja kriptovaluta također je ocijenjena neutralno, s prosječnom ocjenom od 2,95. Ispitanici nisu percipirali kriptovalute kao značajno jednostavnije od tradicionalnih načina plaćanja, što može biti povezano s tehničkom složenošću ili nedostatkom iskustva s korištenjem kriptovaluta. Navedeni rezultat ukazuje na to da bi jednostavnost korištenja mogla biti važna prepreka širem prihvaćanju kriptovaluta u turističkom sektoru.

Ispitanici su iskazali pozitivne stavove prema mogućnosti da kriptovalute unaprijede imidž turističkih destinacija kao inovativnih. Tvrdnja da uvođenje kriptovaluta može unaprijediti imidž destinacija ocijenjena je s prosjekom od 3,31, što ukazuje na potencijal ove tehnologije da doprinese atraktivnosti turističkih destinacija, posebno onih koje žele privući tehnološki osviještene posjetitelje.

S druge strane, doprinos kriptovaluta održivosti turizma ocijenjen je s oprezom. Najveći broj ispitanika (44%) izjavio je da nije siguran mogu li kriptovalute doprinijeti održivom razvoju turizma. Navedeno ukazuje na potrebu za daljnjim istraživanjem i educiranjem o ekološkim prednostima kriptovaluta, kao što su smanjenje transakcijskih troškova i poticanje digitalnih inovacija koje mogu pridonijeti održivijem poslovanju.

Rezultati istraživanja pokazuju da kriptovalute, unatoč visokoj razini svijesti, još uvijek nisu našle široku primjenu u turizmu i ugostiteljstvu. Ispitanici pokazuju neutralne ili blago pozitivne stavove prema mogućnosti korištenja kriptovaluta, ali nedostatak sigurnosti, jednostavnosti korištenja i jasno percipiranih ekonomskih koristi ograničavaju njihovu primjenu. Unatoč tome, kriptovalute imaju potencijal da unaprijede imidž turističkih destinacija i doprinesu olakšavanju međunarodnih transakcija.

Hipoteza 1 je potvrđena. Istraživanje pokazuje visoku razinu svijesti o kriptovalutama (96% ispitanika), no njihova primjena u turizmu ostaje ograničena (68% ne koristi kriptovalute).

Rezultati pokazuju da je interes za korištenje kriptovaluta specifičan za one koji ih već koriste za druge svrhe poput investiranja i štednje. Iako nema konkretnih podataka o korelaciji između drugih sektora i turizma, postoji veza između prethodne upotrebe kriptovaluta i spremnosti za njihovu primjenu u turizmu, pa se potvrđuje i hipoteza 2.

Hipoteza 3 nije potvrđena jer većina ispitanika izražava neutralne ili skeptične stavove prema smanjenju troškova transakcija prilikom korištenja kriptovaluta. Prosječna ocjena tvrdnje da kriptovalute smanjuju troškove iznosi 2,71.

Hipoteza 4 nije potvrđena. Ispitanici uglavnom izražavaju nesigurnost prema sigurnosti kriptovaluta (55% se ne osjeća sigurnima), dok je prosječna ocjena sigurnosti 2,75.

Hipoteza 5 je djelomično potvrđena. Potvrđen je pozitivan stav prema mogućnosti da kriptovalute unaprijede imidž turističkih destinacija (prosječna ocjena 3,31) što ukazuje na percepciju da će kriptovalute imati utjecaj na konkurentnost destinacija.

Hipoteza 6 nije u potpunosti potvrđena. Dok neki ispitanici prepoznaju mogućnost doprinosa kriptovaluta održivosti (37 ispitanika), većina ih ostaje neodlučna (44 ispitanika nije sigurno u doprinos kriptovaluta održivosti).

Većina hipoteza nije u potpunosti potvrđena, što ukazuje na skepticizam ispitanika prema nekim dijelovima primjene kriptovaluta, posebno u pogledu sigurnosti, jednostavnosti korištenja i smanjenja troškova. Unatoč tome, postoji prepoznat potencijal za olakšavanje međunarodnih plaćanja i poboljšanje imidža turističkih destinacija, što ostavlja prostor za daljnji razvoj kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu.

Najistaknutije razlike između ranije provedenih istraživanja i istraživanja provedenog u ovom radu se odnose na nekoliko dijelova. Prvo, dok ranija istraživanja, poput onih koje su proveli Nuryyev i sur. (2018), naglašavaju važnost percipirane korisnosti i jednostavnosti upotrebe, rezultati ovog istraživanja pokazuju da su korisnici, unatoč visokoj razini svijesti o kriptovalutama, skeptični prema njihovoj primjeni, osobito u kontekstu sigurnosti. Na primjer, većina ispitanika izjavljuje da se ne osjećaju sigurnima pri korištenju kriptovaluta, što je značajno drugačije od nalaza Nuryyeva i sur., koji su povjerenje istaknuli kao bitan faktor prihvaćanja.

Druga razlika je u percepciji prednosti korištenja kriptovaluta. Kim i sur. (2021) su zaključili da ispitanici prepoznaju kriptovalute kao koristan alat za međunarodne transakcije. Iako ispitanici u ovom istraživanju dijele to mišljenje, stavovi su više neutralni prema jednostavnosti i korisnosti kriptovaluta, osobito u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.

Također, istraživanje Mutambika i sur. (2020) definira regulatorne prepreke i rizike kao glavne izazove. Iako su i u ovom radu prepoznati slični izazovi, kao što su sigurnosni rizici i nesigurnost u vezi s regulacijom, istraživanje provedeno u Hrvatskoj dodatno naglašava nizak stupanj spremnosti korisnika na korištenje kriptovaluta u turizmu, što ranije studije nisu detaljno analizirale.

Istraživanje u radu ukazuje na nisku stvarnu primjenu kriptovaluta u Hrvatskoj (samo 9,8% ispitanika koristilo je kriptovalute za plaćanje smještaja), dok ranija istraživanja, osobito ona provedena u razvijenijim zemljama, ukazuju na veći postotak prihvaćanja kriptovaluta u različitim sektorima, što uključuje turizam.

5.6. Ograničenja provedenog istraživanja i preporuke za buduća istraživanja

Jedno od glavnih ograničenja ovog istraživanja jest relativno mali uzorak ispitanika. Ukupno je sudjelovalo 112 ispitanika, što ograničava generalizaciju rezultata na širu populaciju. S obzirom na kompleksnost i inovativnost teme, šira analiza na većem uzorku mogla bi omogućiti precizniji uvid u stavove i praksu korištenja kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu. Nadalje, uzorak je bio prikupljen putem online ankete distribuirane kroz Facebook grupe, što implicira da je populacija ispitanika vjerojatno tehnološki osviještenija i možda već ima iskustva s digitalnim tehnologijama, što može utjecati na rezultate.

Još jedno ograničenje odnosi se na geografski opseg istraživanja. Ispitanici su bili isključivo iz Republike Hrvatske, što onemogućava širu analizu i usporedbu stavova korisnika iz različitih zemalja ili regija.

S obzirom na to da je turizam globalna industrija, u kojoj različite zemlje i regije mogu imati različite regulative i stavove prema kriptovalutama, geografski širi uzorak bio bi koristan za analizu globalnih trendova.

Za buduća istraživanja preporučuje se proširenje uzorka kako bi se dobili reprezentativniji podaci, uključujući veći broj ispitanika iz različitih zemljopisnih regija. Time bi se omogućila komparativna analiza stavova korisnika i pružatelja usluga o kriptovalutama u različitim kulturnim i pravnim okvirima, što bi dodatno obogatilo razumijevanje potencijala primjene kriptovaluta u turizmu.

Buduća istraživanja trebala bi uzeti u obzir i razvoj regulatornih okvira te proučiti utjecaj novih zakona i propisa na primjenu kriptovaluta u turizmu i ugostiteljstvu.

S obzirom na rastući interes vlada i regulatornih tijela za kriptovalute, istraživanje pravnih prepreka i mogućnosti moglo bi pružiti relevantne uvide za industriju turizma i ugostiteljstva.

Preporuča se da buduća istraživanja prate tehnološke promjene u sektoru kriptovaluta, poput razvoja novih platformi ili sigurnosnih mehanizama, kako bi se što bolje razumjele promjene u stavovima potrošača i pružatelja usluga u vezi s njihovom primjenom.

6. Zaključak

Unatoč rastućem interesu svijesti o kriptovalutama, njihova stvarna primjena u turizmu još uvijek ostaje ograničena. U radu je analizirano kako su glavni izazovi povezani s nedostatkom povjerenja, sigurnosnim rizicima te tehničkom složenošću koja može obeshrabriti širu upotrebu.

Jedna od prednosti kriptovaluta jest potencijal za smanjenje troškova transakcija, posebice u međunarodnim plaćanjima. Međutim, rezultati istraživanja ukazuju na to da su potrošači još uvijek skeptični prema ovoj prednosti, što može biti posljedica nedostatka informacija ili neodgovarajuće prezentacije ekonomske koristi kriptovaluta. Navedeno predstavlja prepreku za širu implementaciju, posebice u segmentima turizma gdje transparentnost i sigurnost transakcija imaju bitnu ulogu.

Sigurnost također predstavlja značajan izazov. Iako blockchain tehnologija pruža visok stupanj sigurnosti, percepcija potrošača još uvijek je opterećena strahovima od prijevara i nestabilnosti tržišta. Osobito se naglašava potreba za boljom edukacijom i regulacijom kako bi se osiguralo povjerenje korisnika. Zakonodavni okvir, koji se još uvijek razvija, mogao bi imati bitnu ulogu u povećanju prihvaćenosti kriptovaluta, osobito u turizmu i ugostiteljstvu, gdje su korisnici često skloni tradicionalnijim metodama plaćanja.

Unatoč izazovima u radu je prepoznat pozitivan utjecaj kriptovaluta na imidž turističkih destinacija. Implementacija kriptovaluta može pridonijeti pozicioniranju destinacija kao inovativnih i tehnološki naprednih, što bi moglo privući specifične skupine turista, posebice tehnološki osviještene putnike. Ovaj dio može biti bitan za diferencijaciju u konkurentnom turističkom tržištu.

Kritički gledano, u istraživanju je bilo nekoliko metodoloških ograničenja, prvenstveno s malim uzorkom i geografskom ograničenošću ispitanika. Daljnja istraživanja trebala bi se usmjeriti na šire uzorke i usporedbu između različitih regija kako bi se dobio uvid u globalne trendove. Također, analiza pravnog okvira i razvoj regulatornih politika imaju bitnu ulogu u širenju upotrebe kriptovaluta u ovom sektoru, te bi trebalo obuhvatiti dublje istraživanje tih dijelova.

Iako postoje jasne prednosti, poput smanjenja troškova i poboljšanja međunarodnih transakcija, put prema široj implementaciji zahtijeva rješavanje brojnih izazova vezanih uz sigurnost, regulaciju i edukaciju korisnika.

Bibliografija

- Abdurakhmanova, G., Shayusupov, N., Irmatova, A., Rustamov, D. (2020). The role of the digital economy in the development of the human capital market. *Br.* 25.
- Aiazbekov, A. (2023). Cryptocurrency as a method of payment in the tourism sector. *Financial Internet Quarterly*, 19(1), 57-65.
- Almeida, J., Gonçalves, T. C. (2024a). Cryptocurrency market microstructure: A systematic literature review. *Annals of Operations Research*, 332(1–3), 1035–1068.
- Cunjak Mataković, I., Mataković, H. (2018). Kriptovalute – sofisticirani kodovi manipulacije. *International Journal of Digital Technology & Economy*, 3(1), 23-37.
- Grassi, L., Lanfranchi, D., Faes, A., Renga, F. M. (2022). Do we still need financial intermediation? The case of decentralized finance – DeFi. *Qualitative Research in Accounting & Management*, 19(3), 323–347.
- Iwamura, M., Kitamura, Y., Matsumoto, T. (2014). Is bitcoin the only cryptocurrency in the town? *Economics of Cryptocurrency and Friedrich A. Hayek*.
- Johnson, V. L., Kiser, A., Washington, R., Torres, R. (2018). Limitations to the rapid adoption of M-payment services: Understanding the impact of privacy risk on M-Payment services. *Computers in Human Behavior*, 79, 111-122.
- Kim, J. J., Radic, A., Chua, B.-L., Koo, B., Han, H. (2022). Digital currency and payment innovation in the hospitality and tourism industry. *International Journal of Hospitality Management*, 107, 103314.
- Mendoza-Tello, J. C., Mora, H., Pujol-Lopez, F. A., Lytras, M. D. (2018). Social commerce as a driver to enhance trust and intention to use cryptocurrencies for electronic payments. *IEEE Access: Practical Innovations, Open Solutions*, 6, 50737–50751.
- Milutinović, M. (2018). Cryptocurrency. *Ekonomika*, 64(1), 95-104.
- Mujačević, E. (2024). Application of cryptocurrency as a method of payment in tourism. *Tourism and Hospitality Management*, 30(1), 39–49.
- Mutambik, I., Almugrin, A., Zhang, J. Z., Alharbi, Z. H. (n.d.). Trust in cryptocurrency payments: A cross-cultural analysis of factors influencing adoption. IGI Global.
- Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Achyldurdyyeva, J. (2018, 28 October). Factors influencing the intention to use cryptocurrency payments: An examination of blockchain economy. In *Tourman 2018 Conference Proceedings* (pp. 303-310). Rhodes: Greece.

- Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Lo, C.-C. (2021). Factors of digital payment adoption in hospitality businesses: A conceptual approach. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2905.
- Nuryyev, G., Spyridou, A., Yeh, S., Lo, C.-C. (2021). Factors of digital payment adoption in hospitality business: A conceptual approach. *European Journal of Tourism Research*, 29, 1-10.
- Orešković, D. (2020, veljača 18). Koje su lokacije Bitcoin bankomata u Hrvatskoj? Hrvatski Bitcoin Portal. Dostupno na: <https://crobitcoin.com/koje-su-lokacije-bitocin-bankomata-u-hrvatskoj/> (16.7.2024).
- Pacheco, R. (2024, ožujak 7). 35 companies that accept Bitcoin & crypto as payment in 2024. *SwissMoney*. Reviewed by C. Lawler. Dostupno na: <https://swissmoney.com/who-accepts-bitcoin-as-payment> (20.7.2024).
- Popper, N. (2020, rujan 5). Bitcoin has lost steam, but criminals still love it. *The New York Times*.
- Sajter, D. (2017). Financijska analiza kriptovaluta u odnosu na standardne financijske instrumente. *Financije - teorija i suvremena pitanja*, EFOS.
- The Investopedia Team. (2024, lipanj 15). Cryptocurrency explained with pros and cons for investment. Investopedia. Dostupno na: <https://www.investopedia.com/terms/c/cryptocurrency.asp> (14.7.2024).
- Treiblmaier, H., Leung, D., Kwok, A. O. J., Tham, A. (2021). Cryptocurrency adoption in travel and tourism – An exploratory study of Asia Pacific travellers. *Current Issues in Tourism*, 24(2), 3165–3181.
- TripleA. (2023). Cryptocurrency ownership data. Dostupno na: <https://triple-a.io/crypto-ownership-data/> (28.8.2024).
- World Bank. (2017). The Global Findex Database 2017. Dostupno na: <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex> (22.7.2024).

Popis ilustracija

Tablice:

Tablica 1. Vrste kriptovaluta i njihove karakteristike	11
Tablica 2. Popularnost softverskih sustava za obradu plaćanja.....	13
Tablica 3. Najznačajnije tvrtke povezane s turizmom koje prihvaćaju Bitcoin kao sredstvo plaćanja.....	14
Tablica 4. Pregled istraživanja o primjeni kriptovaluta u turizmu	19
Tablica 5. Stavovi o kriptovalutama u turizmu	31
Tablica 6. Stavovi o budućnosti kriptovaluta u turizmu.....	34

Grafikoni:

Grafikon 1. Dob ispitanika	23
Grafikon 2. Spol ispitanika.....	24
Grafikon 3. Obrazovanje ispitanika.....	24
Grafikon 4. Radni status ispitanika	25
Grafikon 5. Mjesto stanovanja ispitanika	25
Grafikon 6. Poznavanje kriptovaluta među ispitanicima.....	26
Grafikon 7. Korištenje kriptovaluta među ispitanicima	26
Grafikon 8. Namjene korištenja kriptovaluta među korisnicima	27
Grafikon 9. Učestalost korištenja kriptovaluta među ispitanicima	28
Grafikon 10. Osjećaj sigurnosti pri korištenju kriptovaluta među ispitanicima.....	28
Grafikon 11. Stavovi o korisnosti kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu.....	29
Grafikon 12. Spremnost na korištenje kriptovaluta za plaćanje turističkih usluga	29
Grafikon 13. Vrste turističkih usluga koje bi ispitanici platili kriptovalutama	30
Grafikon 14. Mišljenja o doprinosu kriptovaluta održivosti u turizmu.....	32
Grafikon 15. Važnost ekoloških koristi kriptovaluta u turizmu prema mišljenju ispitanika	33

Popis priloga

Anketa

ISTRAŽIVANJE O PRIMJEI KRIPTOVALUTA KAO SREDSTVO PLAĆANJA U
TURIZMU I UGOSTITELJSTVU

Poštovani ispitanici,

Ova anketa dio je istraživanja koje se provodi u svrhu izrade diplomskog rada na temu primjene kriptovaluta kao sredstva plaćanja u turizmu i ugostiteljstvu. Istraživanje je usmjereno na razumijevanje stavova, iskustava i percepcija korisnika o korištenju kriptovaluta u turističkom sektoru, kao i na analizu potencijalnih prednosti i izazova koje ova tehnologija donosi.

Vaše sudjelovanje u ovom istraživanju je važno jer će pružiti dragocjene uvide koji će pomoći u boljem razumijevanju ove metode plaćanja i njenom utjecaju na turizam i ugostiteljstvo. Anketa je anonimna i prikupljeni podaci koristit će se isključivo u akademske svrhe.

Zahvaljujemo Vam na Vašem vremenu i sudjelovanju.

Anketna pitanja:

1. Demografski podaci

- a) Dob
 - 18-25
 - 26-35
 - 36-45
 - 46-55

- 56+

b) Spol

- Muško
- Žensko
- Drugo

c) Razina obrazovanja

- Osnovna škola
- Srednja škola
- Viša škola
- Fakultet
- Postdiplomski studij

d) Zaposlenje

- Zaposlen
- Nezaposlen
- Student
- Umirovljenik

e) Mjesto stanovanja

- Grad
- Prigradsko naselje
- Selo

2. Poznavanje i korištenje kriptovaluta

a) Jeste li čuli za kriptovalute prije?

- Da
- Ne

b) Jeste li ikada koristili kriptovalute?

- Da
 - Ne
- c) Ako jeste, u koje svrhe ste koristili kriptovalute? (moguće odabrati više odgovora)
- Kupovina proizvoda/usluga
 - Investiranje
 - Štednja
 - Prijenos novca
- d) Koliko često koristite kriptovalute?
- Svakodnevno
 - Tjedno
 - Mjesečno
 - Rijetko
 - Nikad
- e) Osjećate li se sigurno kada koristite kriptovalute?
- Da
 - Ne
 - Nekada da, a nekada ne

3. Stavovi o kriptovalutama u turizmu

- a) Smatrate li da je korisno koristiti kriptovalute kao sredstvo plaćanja u turizmu?
- Da
 - Ne
 - Ne znam
- b) Koliko ste spremni koristiti kriptovalute za plaćanje turističkih usluga?
- Vrlo spreman
 - Spreman
 - Neutralan
 - Nesiguran

- Uopće nisam spreman

c) Koje vrste turističkih usluga biste platili kriptovalutama? (moguće odabrati više odgovora)

- Smještaj
- Avionske karte
- Restorani
- Ture i izleti
- Suveniri

Stavovi o kriptovalutama u turizmu

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

Tvrdnja	Ocjena	Ocjena	Ocjena	Ocjena	Ocjena
Kriptovalute mogu smanjiti troškove transakcija u turizmu.	1	2	3	4	5
Kriptovalute pružaju veću sigurnost prilikom plaćanja turističkih usluga.	1	2	3	4	5
Kriptovalute mogu olakšati međunarodna plaćanja za turiste.	1	2	3	4	5
Kriptovalute su jednostavnije za korištenje u usporedbi s tradicionalnim načinima plaćanja.					
Uvođenje kriptovaluta kao sredstva plaćanja može unaprijediti imidž turističkih destinacija kao inovativnih.					

4. Održivost i budućnost kriptovaluta u turizmu

a) Vjerujete li da kriptovalute mogu doprinositi održivosti u turizmu?

- Da

- Ne

b) Koliko su vam važne ekološke koristi od korištenja kriptovaluta u turizmu?

- Vrlo važne
- Važne
- Neutralne
- Malo važne
- Nimalo važne

Stavovi o budućnosti kriptovaluta u turizmu

Likertova skala (1 - U potpunosti se ne slažem, 5 - U potpunosti se slažem):

Tvrđnja	Ocjena	Ocjena	Ocjena	Ocjena	Ocjena
Primjena kriptovaluta može smanjiti utjecaj turizma na okoliš.	1	2	3	4	5
Kriptovalute će postati standardni način plaćanja u turizmu u narednih 10 godina.	1	2	3	4	5
Turističke destinacije koje prihvaćaju kriptovalute privući će više posjetitelja.	1	2	3	4	5
Implementacija kriptovaluta može poboljšati efikasnost turističkih usluga.					
Korištenje kriptovaluta može poboljšati iskustvo turista.					