

Implementacija E-trgovine i sustava plaćanja u turizmu

Vuletić, Bruno

Undergraduate thesis / Završni 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:191:323652>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-11-26**



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
Sveučilišni prijediplomski studij

BRUNO VULETIĆ

Implementacija E-trgovine i sustava plaćanja u turizmu

Implementation of a eCommerce and Payment systems in tourism

Završni rad

Izvanredni studij u Zaboku, 2024

Zabok, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni prijediplomski studij
Poslovna ekonomija u turizmu i ugostiteljstvu
Studijski smjer: Menadžment u turizmu

Implementacija E-trgovine i sustava plaćanja u turizmu
Implementation of eCommerce and Payment systems in tourism

Završni rad

| | | | |
|----------|-------------------------------------|---------------|----------------------|
| Kolegij: | Informatika | Student: | Bruno Vuletić |
| Mentor: | Prof. dr. sc. Mislav ŠIMUNIĆ | Matični broj: | 24475/18 |

Zabok, 2024

Zabok, svibanj 2024.



SVEUČILIŠTE U RIJECI UNIVERSITY OF RIJKA
FAKULTET ZA MENADŽMENT U TURIZMU I UGOSTITELJSTVU
FACULTY OF TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT
OPATIJA, HRVATSKA CROATIA

IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG ZAVRŠNOG RADA

Bruno Vuletić

PS24475

(ime i prezime studenta)

(matični broj studenta)

Implementacija E- trgovine i sustava plaćanja u turizmu

(naslov rada)

Izjavljujem da sam ovaj rad samostalno izradila/o, 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 završnog 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 završnim 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 završnog rada kao autorskog djela pod uvjetima *Creative Commons* licencije CC BY Imenovanje, prema opisu dostupnom na <http://creativecommons.org/licenses/>.

U Opatiji, 24.05.2024

Potpis studenta

Sažetak

Implementacija E-trgovine i sustava plaćanja u turizmu u Hrvatskoj je širok pojam, a mi u ovome radu ćemo analizirati takav oblik poslovanja uz primjer tvrtke Monri Payments d.o.o. koja nudi rješenje za plaćanje online i fizičke tvrtke i obrte. Poduzeće Monri nudi širok spektar usluga koje pomažu turističkim tvrtkama u optimizaciji procesa plaćanja i poboljšanju korisničkog iskustva. Usluge koje se nude uključuju integraciju s online rezervacijskim sustavima, kao samo poduzeće Monri može integrirati s postojećim online rezervacijskim sustavima hotela, agencije za putovanja, a to omogućuje kupcima da jednostavno i sigurno rezerviraju putovanja i usluge uz korištenje različitih načina plaćanja. U to uključuje i sigurne online transakcije kojima osigurava sigurne online transakcije uz korištenje najnovijih tehnologija zaštite podataka, a to uključuje enkripcije podataka, zaštitu od krađe identiteta i prevenciju prevara. Također postoji način podrške više valutnim transakcijama kojim poduzeće podržava transakcije u raznim valutama, što olakšava turistima iz cijelog svijeta plaćanje usluga u Hrvatskoj. Uz sve navedene usluge postoji i mogućnost analitike podataka koju nudi poduzeće Monri a koja pomaže turističkim tvrtkama da prate performanse svojih online plaćanja. Monri Payments klijentima nudi sveobuhvatno rješenje za plaćanje najednom mjestu, nudeći širok spektar usluga koje obuhvaćaju procesiranje kartičnih plaćanja online, procesiranje kartica na POS terminalima u fizičkim dućanima te suvremena blagajnička rješenja za ugostiteljstvo. Tržišni je leader u Hrvatskoj u obradi kartica na POS-u, gdje svaka 4. transakcija prolazi preko SinglePOS-a. Monri svakodnevno procesira 600.000+ kartičnih transakcija na više od 12.000+ POS terminala, pružajući pouzdanost i sigurnost u svakom koraku.

Ključne riječi: e – trgovina, sustavi plaćanja, analiza, sigurnost, Monri

Sadržaj

| | |
|--|-----------|
| Uvod | 1 |
| 1. E trgovina, novac i plaćanje | 2 |
| 1.1. E trgovina | 2 |
| 1.2. Povijest plaćanja | 4 |
| 1.3. Utjecaj mlađih generacija u plaćanju i kupovini | 10 |
| 2. Raznovrsni načini plaćanja u turizmu | 16 |
| 2.1. Kartična plaćanja | 16 |
| 2.2. Fizička plaćanja | 18 |
| 2.3. Online plaćanja | 19 |
| 3. Monri rješenja za blagajne u turizmu | 20 |
| 3.1. Ugostiteljska blagajna remaris | 21 |
| 3.2. Ugostiteljska blagajna smart | 22 |
| 3.3. Trgovačka blagajna thor | 24 |
| 3.4. Mobilna blagajna Start | 26 |
| 4. Monri WsPayPer | 27 |
| 4.1. WsPayPer rješenja | 28 |
| 4.2. PSD2 regulativa | 32 |
| 4.2.1. SCA – Strong Customer Authentication | 34 |
| 4.2.2. Postojeći tijekom rezervacije i naplate | 35 |
| 4.3. Rental industrija u turizmu | 36 |
| 5. Digitalne napojnice | 38 |
| 5.1. Što je napojnica i kako se naplaćuje | 38 |
| 5.2. Proces digitalnih napojnica u blagajnama | 41 |
| 5.3. Rješenje bez integracije I sa integracijom | 44 |
| 5.4. Reporting – evidencije i preipreme za knjigovodstvo | 48 |
| 6. Web trgovine ili e-trgovine | 52 |
| 6.1. Zakoni E trgovine | 53 |
| 6.2. Računovodstvo e-trgovine | 53 |
| 6.3. Online naplate | 54 |
| Zaključak | 55 |
| Bibliografija | 56 |
| Popis ilustracija | 57 |

Uvod

Uvođenje e-trgovine i sustava plaćanja u turizmu predstavlja ključnu inovaciju koja transformira način na koji se putovanja rezerviraju, upravljaju i plaćaju. Ovaj prijelaz prema digitalizaciji otvara širok spektar mogućnosti kako za putnike tako i za one koji pruže usluge u turizmu. Kroz implementaciju e-trgovine, turističke agencije, hoteli, zračne luke i druge turističke tvrtke mogu efikasnije dosegnuti globalno tržište, prilagoditi se promjenjivim potrebama potrošača te poboljšati ukupno iskustvo putovanja. Osim toga, integracija naprednih sustava plaćanja omogućava sigurne i praktične transakcije, pružajući putnicima veću fleksibilnost i povjerenje prilikom rezervacije i plaćanja putovanja. U ovom rad ćemo analizirati kako e-trgovina i sustavi plaćanja postaju ključni čimbenici za unapređenje konkurentnosti turističkog sektora i prilagođavanje suvremenim trendovima digitalnog tržišta.

E-trgovina i sustavi plaćanja u turizmu ne samo da olakšavaju proces rezervacije i plaćanja putovanja, već i omogućavaju personalizirane ponude i usluge prilagođene individualnim potrebama putnika. Ova tehnološka rješenja također potiču inovacije u turističkom sektoru, uključujući razvoj pametnih aplikacija, virtualne stvarnosti i analitičkih alata za bolje razumijevanje preferencija putnika. Kroz uspješnu implementaciju e-trgovine i naprednih sustava plaćanja, turizam postaje sveprisutniji, pristupačniji i učinkovitiji, otvarajući put ka novim mogućnostima i iskustvima za putnike širom svijeta.

1. E trgovina, novac i plaćanje

1.1. E trgovina

E-trgovina ili elektronička trgovina (engl. e-commerce) odnosi se na kupnju i prodaju roba i usluga putem interneta. To uključuje različite vrste poslovnih transakcija i modela, kao što su:

- I. B2C (Business to Consumer): Trgovina između poduzeća i krajnjih potrošača, kao što su online trgovine poput Amazona ili eBay-a.
- II. B2B (Business to Business): Trgovina između dva poduzeća, primjerice, veleprodajni distributeri koji prodaju robu trgovcima.
- III. C2C (Consumer to Consumer): Trgovina između potrošača, poput prodaje na platformama kao što su eBay ili OLX.
- IV. C2B (Consumer to Business): Potrošači prodaju proizvode ili usluge poduzećima, primjerice, freelanceri koji nude svoje usluge putem platformi kao što je Upwork.
- V. E-trgovina koristi razne digitalne tehnologije kao što su mobilne aplikacije, web stranice, društvene mreže i e-mail marketing. Ključne komponente uključuju online kataloge, košarice za kupnju, sustave za plaćanje, logistiku i dostavu, kao i usluge korisničke podrške.

Prednosti e-trgovine uključuju:

- I. Pristupačnost: Kupci mogu kupovati bilo kada i s bilo koje lokacije s pristupom internetu.
- II. Širok izbor: Kupci imaju pristup širokom spektru proizvoda i usluga iz cijelog svijeta.
- III. Ušteda vremena: Kupovina je brža i često jednostavnija nego u fizičkim trgovinama.
- IV. Usporedba cijena: Lakše je usporediti cijene i pročitati recenzije prije donošenja odluke o kupnji.

Međutim, e-trgovina također donosi izazove kao što su sigurnost podataka, zaštita privatnosti, logistički problemi te pitanja vezana za povrat i zamjenu proizvoda.

Platni promet, poznat i kao sustav plaćanja ili Zahlungsverkehr na njemačkom jeziku, obuhvaća sve transakcije novca između pravnih i fizičkih osoba koje imaju za cilj namirenje financijskih obveza ili prikupljanje novčanih potraživanja. Dok se manji dio obavlja u gotovini, većina transakcija odvija se putem knjižnog prijenosa novčanih sredstava od dužnika do vjerovnika.

Platni promet dijelimo na:

Domaći platni promet, poznat i kao unutarnji platni sustav, odnosi se na transakcije novca između fizičkih i pravnih subjekata unutar iste države. Ove transakcije obično provode banke, žirocentrale, klirinške institucije, poštanske ustanove i štedionice.

Međunarodni platni promet, s druge strane, odvija se između subjekata koji su rezidenti različitih zemalja, što uključuje različite valute, carinske propise i pravne sustave. U ovom obliku plaćanja, jedna valuta se obično konvertira u drugu.

Hrvatska narodna banka je odgovorna za reguliranje i nadziranje platnog prometa u Hrvatskoj. Zakonom o platnom prometu definiraju se osnovna pitanja vezana uz platni promet u zemlji, dok Hrvatska narodna banka donosi propise koji detaljno uređuju provedbu zakona. Hrvatska narodna banka i banke su glavni akteri u platnom prometu. Nedepozitarne institucije mogu sudjelovati u platnom prometu samo u ime i za račun depozitarnih institucija prema dogovorenim ugovorima. Hrvatska narodna banka upravlja računima banaka i Republike Hrvatske te provodi platni promet na tim računima. Banke, s druge strane, vode račune poslovnih subjekata i građana te provode platni promet putem tih računa. Svaka banka u Republici Hrvatskoj obvezna je otvoriti račun u Hrvatskoj narodnoj banci. Hrvatska narodna banka nadzire sustave za obračun međubankovnih platnih transakcija i načine namire na računima banaka putem međubankovnih sustava. Također, izdaje odobrenja za rad međubankovnih platnih sustava, određuje sudionike i transakcije te odobrava naknade za plaćanja putem tih sustava. U nekim slučajevima, Hrvatska narodna banka može biti vlasnik međubankovnih platnih sustava.

1.2. Povijest plaćanja

Novac obavlja tri osnovne funkcije: služi kao pohrana vrijednosti za buduću potrošnju, djeluje kao obračunska jedinica koja nam omogućuje da dodijelimo vrijednost robama bez potrebe za izravnom usporedbom s drugim robama, te olakšava učinkovitu razmjenu dobara i usluga. No, utjecaj novca seže puno dalje od jednostavne razmjene dobara jer pruža širok spektar mogućnosti. Novac često formira osnove društvenih odnosa, daje legitimitet državnoj vlasti te ima dubok utjecaj na ekonomsku strukturu društva.

Plemeniti metali

(4. tisućljeće pr. Kr.)

U najranijim civilizacijama, plemeniti metali, zbog svoje rijetkosti i karakterističnih svojstava poput sjaja i otpornosti na oksidaciju, već su se koristili kao sredstvo razmjene. Stari Egipćani i Mezopotamci trgovali su zlatnim i srebrnim polugama standardizirane po masi. Ove poluge obično su se čuvale u hramovima. Interesantno je da su babilonski svećenici u 18. stoljeću pr. Kr. prvi put dokumentirali pojam posuđivanja novca, što se smatra početkom bankarstva. Međutim, proteklo je mnogo tisućljeća prije nego što su plemeniti metali počeli se koristiti u obliku novčića. Postoje čak i teorije koje sugeriraju da su neki narodi koristili druge vrijedne i atraktivne materijale poput žada u Kini kao sredstvo plaćanja.



Slika 1 .Plemeniti metal

Izvor : pruzeto s (<https://povijest.hr/drustvo/politika/novac-kroz-povijest/>)

Puževe kućice

(oko 1200. pr. Kr.)

Mnoge drevne civilizacije diljem svijeta prihvatile su puževe kućice kao oblik novčanog sredstva. Često su to bile kućice morskih puževa iz porodice kauri, izabrane zbog svoje privlačne estetike, trajnosti i praktičnosti nošenja. U Kini, simbol novca bio je stilizirani prikaz puževe kućice, što svjedoči o njihovoj popularnosti. Međutim, problem je nastao kada su puževi postali rijetki na nekim područjima. Iako je bilo teško reproducirati takve kućice, neki su ipak pokušavali koristiti rožnjake ili kosti kao zamjenu.



Slika 2 .Puževa kućica

Izvor : Preuzeto s(<https://povijest.hr/drustvo/politika/novac-kroz-povijest/>)

Stoka

(oko 9000. pr. Kr.)

Od najranijih vremena, ljudi su se međusobno razmjenjivali različitim vrstama roba poput hrane, alata i odjeće. Međutim, nailazili su na problem kako pronaći osobu koja posjeduje ono što im je potrebno, a istovremeno želi ono što oni nude. Primjerice, osoba koja prodaje jabuke, a treba cipele, morala bi pronaći nekoga tko želi jabuke, ali istovremeno prodaje cipele kako bi obavila zamjenu. Stoga je nastala potreba za sredstvom koje bi imalo unutarnju vrijednost - na taj način, prodavač jabuka mogao bi prodati svoje proizvode onima kojima su potrebni, a zatim koristiti dobiveni novac za kupnju cipela. Izgleda da je prvo takvo sredstvo bila stoka. Ovo je odraženo i u hrvatskom jeziku, jer riječ blago označava i stoku i nešto što ima vrijednost.

Novac u obliku alata

(oko 1000. pr. Kr.)

U drevnoj Kini, izumio se neobičan oblik novca. Bakrene ili brončane replike alata dobile su simboličnu vrijednost. Na primjer, lopate su izrađivane na poljoprivrednim područjima, dok su noževi dolazili s područja poznatih po proizvodnji kvalitetnih oštrica. Na ovim alatima bi bile upisane riječi i brojevi koji bi označavali njihovu vrijednost ili bi komemorirali određene događaje poput dolaska nove dinastije. Iako vrijednost ovakvog novca nije zabilježena u pisanim izvorima, jasno je da se koristio u širim razmjenama. Ono što je bilo novo u ovom obliku novca je da je nosio pečat državne vlasti, što je služilo kao potvrda njenog legitimiteta.



Slika 3. Novac u obliku alata

Izvor: preuzeto s (<https://povijest.hr/drustvo/politika/novac-kroz-povijest/>)

Novčanice

(7. stoljeće)

Papirni novac se pojavio u Kini gotovo 1000 godina prije nego u drugim dijelovima svijeta. U početku su se koristili samo za veće transakcije, no za vrijeme vladavine Kublaj-kana u 13. stoljeću, novčanice su postale glavno sredstvo plaćanja u Kini. U svojim putopisima, Marko Polo je izrazio čuđenje zbog načina na koji kinesko stanovništvo cijeni te papirne novčanice kao da su izrađene od čistog srebra ili zlata. U Europi su se prvi put pojavile tek u 17. stoljeću, u Švedskoj, a banke su ih izdavale kao zamjenu za zlato, kao vrstu obećanja da će onima koji su položili zlato isplatiti određenu svotu.

Kovanice

(7. stoljeće pr. Kr.)

Pretpostavlja se da su prve kovanice nastale u regiji Male Azije, točnije blizu kraljevine Lidije, domu kralja Kreza, poznatog po svojem bogatstvu. Ručno su izrađivane od elektruma, prirodne legure srebra i zlata. Često su na jednoj strani kovanica bile otisnute glave lava, možda kao simbol vladarske časti. Kovanice su brzo postale popularne na grčkim teritorijima, a zatim i u cijelom Sredozemlju. U 4. stoljeću pr. Kr., Kinezi i Indijci razvili su kovanice neovisno o utjecaju Male Azije. Na kovanicama su se s vremenom počeli pojavljivati prikazi bogova, vladara, životinja, mitoloških bića itd. Glavna prednost kovanica bila je u trajnosti materijala (za razliku od, primjerice, stoke) i gotovo jednakih veličina primjeraka.



Slika 4. Kovanice

Izvor: Preuzeto s(<https://povijest.hr/drustvo/politika/novac-kroz-povijest/>)

Staklene perle (15. stoljeće)

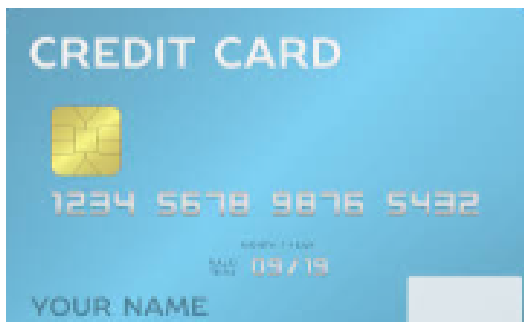
Tijekom velikih geografskih otkrića, europski istraživači koristili su staklene perle kao svojevrsnu univerzalnu valutu u trgovini s domorocima Afrike i Amerike. Proizvodnja perli u Europi bila je relativno jeftina, no u Africi i Americi tehnike obrade stakla bile su primitivne ili ih uopće nije bilo, što je perle činilo neobičnima i posebno vrijednima u tim regijama.

Zlatni standard (1821.)

Bank of England je bila prva banka koja je pokrenula zlatni standard. Obećala je da će za sav novac koji izdaje isplatiti njegovu vrijednost u zlatu. Zlatni standard doprinio je stabilizaciji cijena, ali je imao svoja ograničenja. S porastom stanovništva i gospodarstva, vrijednost novca je opadala, što je predstavljalo veliki izazov tijekom kriza. Konačni udarac zlatnom standardu zadala je potreba za novcem u Prvom svjetskom ratu.

Kreditne kartice (1946.)

Bankar John Biggins podrijetlom iz New Yorka bio je prvi koji je uveo kreditne kartice. Njegove kartice nazvane su Charg-It (Naplati to... na hrv.), a moglo ih se koristiti u lokalnim trgovinama. Diners Club 1950. godine pokrenulo je izdavanje prve kreditne kartice za opću namjenu. Velika inovacija ove kreditne kartice bila je opcija plaćanja u hotelima i restoranima. Ovakav fleksibilan pristup, gdje kupuješ sada, a plaćaš kasnije, postao je ekstremno popularan diljem svijeta. Danas se godišnje putem kreditnih kartica obavi transakcija vrijednih više od 70 milijardi američkih dolara.



Slika 5. Kreditna kartica

Izvor: Preuzeto s(<https://povijest.hr/drustvo/politika/novac-kroz-povijest/>)

Bitcoin je oblik digitalnog novca, namijenjen za digitalno doba, kreiran da bi se izbjegli banke i PayPal te na takav princip smanjili troškovi transakcija. Koncept digitalnog novca formulirali su gotovo istovremeno (1998.) Wei Dai i Nick Szabo, nazvavši ga b-novac odnosno Bit-Zlato. Koncept je 2008. razradio pojedinac po pseudonimu Satoshi Nakamoto, opisujući u detalje funkcioniranje takvog sustava. Sljedeće godine uvedena je Bitcoin mreža, koja je postala sve više prihvaćenim medijem za internetsku kupovinu.



Slika 6. Bitcoin

Izvor : preuzeto s <https://www.fool.com/investing/2024/05/09/2-reasons-to-buy-bitcoin-like-theres-no-tomorrow>

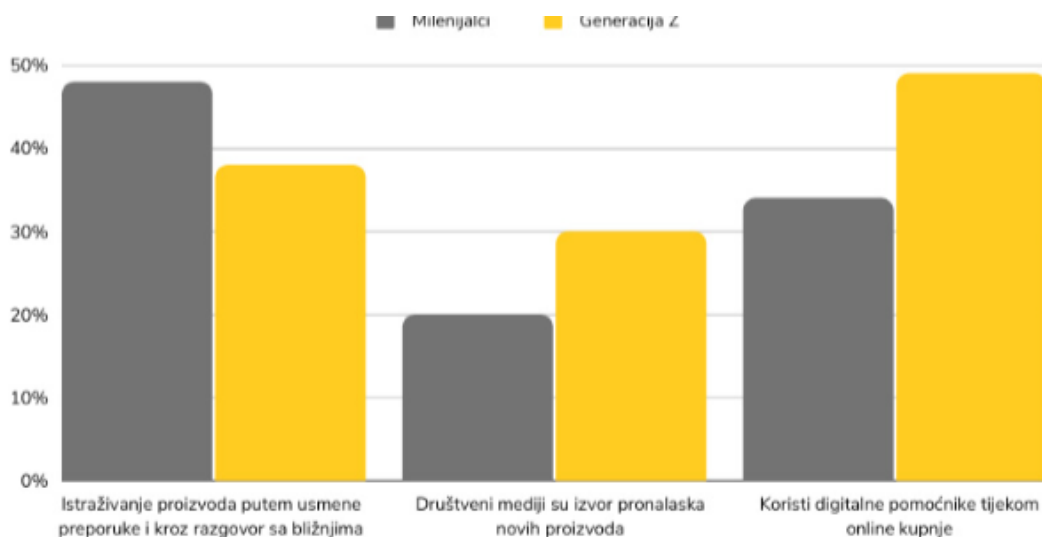
1.3. Utjecaj mlađih generacija u plaćanju i kupovini

Kupovni običaji mlađih generacija razlikuju se od navika njihovih roditelja i starijih, a razumijevanje njihovih preferencija ključno je za trgovce koji žele dugoročno planirati i provoditi strategije plaćanja u svojim poslovanjima. Kupovna snaga mlađih generacija već je sada izražena, a očekuje se daljnji rast u idućih 5-10 godina. Milenijalci su već na vrhuncu, dok Generacija Z brzo dolazi iza njih. Trgovci se posebno trebaju usredotočiti na ove dvije moćne skupine potrošača. Milenijalci su prva generacija rođena u doba interneta te su zbog ekonomske recesije razvili pragmatičan pristup novcu. Njihovo duboko razumijevanje online kupovine, mobilnog plaćanja i digitalnih tehnologija predstavlja ogromne prilike i izazove za trgovce. Njihov utjecaj na radnom mjestu i na tržištu postaje sve veći, čak i nadmašujući utjecaj dobro utemeljenih milenijalaca. Također, primjećuje se konzervativniji pristup nove generacije prema radu, potrošnji i štednjama. Milenijalci su danas najbrojnija živa generacija, a zajedno s generacijom Z činit će 72% svjetske radne snage do 2029. Kombinirana kupovna moć i utjecaj ovih dviju generacija oblikovat će svijet trgovine u budućnosti.

Generacija Z opisuje se kao mlada, obrazovana, tehnološki pismena, ekološki i društveno osviještena. Oni su izrazito vješti u korištenju informacijske tehnologije i naviknuti su na trenutačan pristup informacijama i uslugama na globalnoj razini. Skloniji su online kupovini u usporedbi s prethodnim generacijama.

Jedinstveno ponašanje novih generacija

S 68 milijuna potencijalnih kupaca čiji novčanici sve više rastu, trgovci se suočavaju s jedinstvenim obrascima ponašanja koje moraju razumjeti i zadovoljiti. Neki od tih obrascima su očiti, dok bi vas neki mogli iznenaditi. Na primjer, u istraživanju potrošačkog ponašanja provedenom od strane 451 Research, 53% ispitanika Generacije Z izjavilo je da preferiraju digitalnu tehnologiju. To nije iznenađenje, s obzirom na to da su oni digitalni domoroci, rođeni s ekranima u rukama. Također, 57% ispitanika izrazilo je sklonost prema online kupovini. Ono što je iznenađujuće jest niz načina na koje se njihovo kupovno ponašanje razlikuje od generacije prije njih, što je pokazalo spomenuto istraživanje. Generacija Z i Milenijalci se razlikuju u mnogim ključnim potrošačkim aspektima.



Graf 1. Usporedba Milenijalci i Generacije Z

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/318/kako-milenijalci-i-generacija-z-oblikuju-buducnost-placanja>)

Kada je riječ o važnosti istraživanja, personalizacije i konteksta u online kupovini za Generaciju Z, moramo shvatiti koliko su ti faktori bitni za njih. Oni iznimno cijene odakle dolaze savjeti i mišljenja, više nego milenijalci. Kada istražuju nove proizvode ili brendove, Generacija Z se preferira usmenu predaju i razgovore s prijateljima i obitelji više nego milenijalci. Također, vjerojatnije je da će koristiti društvene medije kao platformu za kupovinu kako bi otkrili nove proizvode, pri čemu više vjeruju svojem unutarnjem krugu nego milenijalci.

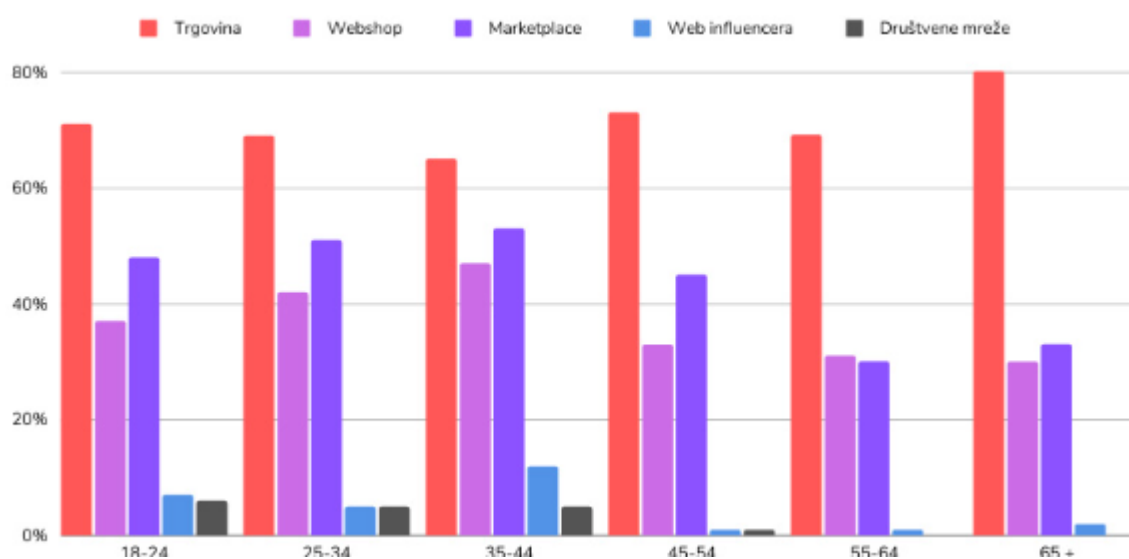
Još jedna primjetna razlika između potrošača u svojim 20-ima i onih u 30-ima je njihova percepcija praktičnosti. Istraživanje prikazuje da 63% milenijalaca preferira udobnost i praktičnost online kupovine kod kuće, dok samo 53% ispitanika Generacije Z dijeli tu preferenciju. Također, milenijalci često opravdavaju svoj imidž *“želim to odmah”* kada je riječ o načinu plaćanja: 30% smatra da bi mogućnost plaćanja na rate ili putem BNPL (Kupi sad, plati kasnije) poboljšala njihovo iskustvo plaćanja, dok se samo 19% ispitanika Generacije Z slaže s tom tvrdnjom. Milenijalcima se više sviđa iskustvo online kupovine bez interakcije s osobom, za razliku od Generacije Z koja preferira osobni dodir prilikom kupnje. Treća značajna razlika između ove dvije skupine odnosi se na upotrebu digitalnih asistenata tijekom kupovine. Kada su ih pitali zašto bi koristili pametne zvučnike, Generacija Z je istaknula važnost popusta ili posebnih ponuda u 49% slučajeva, dok je kod milenijalaca taj postotak samo 34%.

Kada pričamo o online prevarama, Generacija Z isto pokazuje snažne osjećaje, pri čemu je 38% reklo da im je važno da se mogu osloniti na sigurne sustave, u usporedbi sa samo 27% milenijalaca. Ovo je u skladu s drugim istraživanjima koja sugeriraju da je Generacija Z pragmatičnija od milenijalaca, što je vjerojatno posljedica odrastanja s roditeljima koji su se suočili s ekonomskom recesijom. Suočavanje s preferencijama plaćanja Generacije Z i milenijalaca. Prilagodba starijih generacija i dalje je važna, ali osvajanje vjernosti potrošača milenijalaca i Generacije Z postaje još važnija stavka za dugoročni uspjeh poslovanja. Ekonomska moć Generacije Z raste brže nego ikada prije, očekuje se da će njihov prihod porasti pet puta do 2030. Kada uđu na tržište rada, što će činiti više od četvrtine globalnog prihoda. Ipak, osvajanje vjernosti mladih potrošača zahtijevat će od poduzeća prilagodbu mnogim oblicima plaćanja tih generacija.

Prijelaz na beskontaktno plaćanje - posebno s digitalnim novčanicima

Beskontaktno plaćanje je jedan od načina na koji mlađe generacije najrađe obavljaju plaćanja. Mlađim generacijama puno je ugodnije kupovati online, posebno za stvari koje nisu osnovne potrepštine poput hrane, lijekova i kućanskih potrepština. Kada je riječ o neplaniranim kupnjama sljedećeg tjedna, 40% Generacije Z i 50% milenijalaca odgovorilo je *da* u usporedbi s 26% starijih skupina. Mlađi potrošači bit će ključni kupci u budućnosti i promijenit će način interakcije s trgovcima.

Mlađe generacije ne samo da preferiraju online kupovinu za neosnovne potrepštine u usporedbi s starijim generacijama, već su i sklonije kupovini na platformama tržišta i društvenim mrežama. Očekuje se da će ta tržišta nastaviti rasti u popularnosti među mlađim potrošačima, djelomično zbog toga što su milenijalci bili prva generacija koja je odrasla uz društvene medije.



Graf 2. Analiza plaćanja mlađe generacije

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/318/kako-milenijalci-i-generacija-z-oblikuju-buducnost-placanja>)

Suočavanje s promjenama u načinima plaćanja: Utjecaj Generacije Z i Milenijalaca

Primjetan je trend prema usvajanju alternativnih načina plaćanja među Generacijom Z i milenijalcima. Kriptovalute i sve veća popularnost P2P plaćanja (direktnih plaćanja) i mobilnih novčanika znatno su rašireniji među mladima u usporedbi s starijim generacijama. U posljednjih nekoliko godina, kriptovalute bilježe eksponencijalan, iako nestabilan rast. Prema izvještajima o načinu plaćanju kriptovalutama iz svibnja 2021., 48% Generacije Z i milenijalaca posjeduje ili je posjedovalo kriptovalutu. Stoga, sve više velikih online trgovaca potiče korištenje kriptovaluta kao oblika plaćanja.

Kako da se trgovci prilagode ovim promjenama?

Trgovci bi trebali osigurati dostupnost najrelevantnijih načina plaćanja kako bi privukli sljedeću generaciju kupaca. Studija provedena od strane PPRO u travnju otkrila je da će 44% kupaca u ukupnom broju – 51% milenijalaca i 48% Generacije Z – odustati od kupnje ako njihov preferirani način plaćanja nije dostupan. Iako su P2P plaćanja za veće trgovce još u početnom stadiju razvoja, postoji mogućnost da postanu dominantan oblik plaćanja. Prihvatanje kriptovaluta kao načina plaćanja još uvijek nije široko rasprostranjeno, posebno na tržištima Jugoistočne Europe. Međutim, to je područje koje treba pratiti zbog potencijalnog rasta i šire upotrebe u budućnosti. Trgovci bi trebali osigurati da imaju strategiju plaćanja usmjerenu prema Generaciji Z i Milenijalcima na svakom tržištu na globalnoj razini i svim kanalima prodaje. Također, trebaju uspostaviti partnerstva kako bi kontrolirali odnose s kupcima i razumjeli njihove preferencije te primjenjivali taktike za poticanje tih preferencija za svaki od svojih segmenata. Sljedeća era online trgovine prebacuje se na plaćanja uživo putem videa. Posebno za maloprodajne trgovce, ovo je trend u razvoju koji treba pratiti. U očekivanju novih vrsta plaćanja kod tvrtki koje još uvijek ne prihvaćaju beskontaktna plaćanja ili ne istražuju opcije alternativnih načina plaćanja riskiraju zaostajanje u praćenju preferencija mladih potrošača ili, još gore, rizik od gubitka tih potrošača zbog pružanja negativnog iskustva plaćanja. Na sreću, nove tehnologije plaćanja koje se pojavljuju olakšavaju tvrtkama da održe korak s trendovima potrošača.

WSPay kontinuirano prati nove trendove, tržišta i potrebe trgovaca te radi na integraciji svih relevantnih načina plaćanja. Danas možemo reći da je WSPay jedan od pružatelja platnih usluga u Jugoistočnoj Europi koji na jednom mjestu, bez potrebe za složenim integracijama, nudi najvažnije i najkorištenije načine plaćanja za sve generacije – od A do Z! Omogućili su naplatu putem Aircash-a, KeksPay-a, IPS-a, PayPal-a, QR Pay aplikacije, Gpay digitalnog novčanika, kriptovaluta i Valu digitalnog novčanika.

2. Raznovrsni načini plaćanja u turizmu

Postoji mnogo različitih načina plaćanja koje turisti mogu koristiti tijekom putovanja. Najbolji način plaćanja tijekom putovanja ovisit će o individualnim potrebama i preferencijama turista. Važno je istražiti različite opcije dostupne i odabrati onu koja je najpogodnija za vas.

2.1. Kartična plaćanja

Kartično plaćanje je dominantan način plaćanja turista na odredištima širom svijeta, zamjenjujući tradicionalnu gotovinu.

Prednosti kartičnog plaćanja za turiste

Sigurnost su kreditne i debitne kartice nude veću sigurnost od gotovine u slučaju krađe ili gubitka.

Praktičnost joj odstranjuje potrebu za nošenjem velike količine gotovine. Široka prihvatljivost su kreditne i debitne kartice koje se prihvaćaju u većini hotela, restorana, trgovina i turističkih atrakcija. Praćenje troškova je lakše pratiti kroz putovanja s kartičnim izvještajima.

Vrste kartičnih plaćanja za turiste

Kreditne kartice su najčešći način plaćanja, ali pazite na potencijalno visoke naknade za transakcije u inozemstvu. Kreditne kartice su omiljeni način plaćanja za mnoge turiste jer su zgodne i mogu se koristiti za kupovinu širokog raspona roba i usluga. Međutim, važno je biti svjestan naknada koje se mogu primijeniti na korištenje kreditnih kartica u inozemstvu. Debitne kartice omogućavaju plaćanje dostupnim sredstvima na računu, izbjegavajući kamate na kredit. Debitne kartice mogu se koristiti za podizanje gotovine iz bankomata ili za plaćanje kupnje. Međutim, važno je provjeriti kod svoje banke naknade koje se mogu primijeniti na korištenje debitne kartice u inozemstvu.

Pretplaćene kartice su dobre za budućnost. Pretplaćene kartice mogu se kupiti u različitim apoenima i mogu se koristiti za plaćanje dobara ili podizanje gotovine.



Slika 7. Kartice za plaćanje

Izvor: Preuzeto s (<https://www.vecernji.hr/vijesti/sve-vise-poduzetnika-uvodi-karticno-placanje-no-i-dalje-su-problem-visoke-naknade-1669741>)

2.2. Fizička plaćanja

Gotovina koja je i dalje je najčešći način plaćanja, pogotovo za manje iznose. Preporučuje se da uvijek imate nešto gotovine kod sebe, jer je ne prihvaćaju svi trgovci. Pazite na novčanice i kovanice, jer se mogu lako falsificirati.

Prednosti korištenja gotovine su široka prihvatljivost a gotovinu prihvaćaju gotovo svi trgovci, uključujući i one u manjim mjestima i na ruralnim područjima. Jednostavnost plaćanje gotovinom je jednostavan i brz proces koji ne zahtijeva korištenje kartica ili elektroničkih uređaja. Privatnost plaćanja gotovinom nudi veću razinu privatnosti u usporedbi s korištenjem kartica, jer ne ostavlja digitalni trag. Nedostaci korištenja gotovine zbog nošenja velikih količina gotovine može biti rizično u slučaju krađe ili gubitka. Nošenje i praćenje velike količine gotovine može biti nezgodno. Za veća plaćanja, poput kupovine elektroničke opreme ili rezervacije hotela, često je potrebno koristiti druge načine plaćanja.

Savjet za korištenje gotovine u Hrvatskoj je da je potrebno imati kod sebe nešto gotovine, pogotovo za manje iznose i u neformalnim situacijama. Potrebno je podizati novac iz bankomata ili mjenjačnica po potrebi. Potreban je i veliki oprez na novčanice i kovanice, jer se mogu lako falsificirati. Nije potrebno nositi previše gotovine sa sobom. Od 1. siječnja 2024. godine u Hrvatskoj je zabranjeno plaćanje u gotovini za iznose veće od 10.000 eura. Ova zabrana se odnosi na pravne i fizičke osobe koje obavljaju registriranu djelatnost. Cilj zabrane je smanjiti sive kanale i pranje novca.

2.3. Online plaćanja

Postoji više načina plaćanja u Hrvatskoj za online plaćanje poput ;

Kreditne i debitne kartice su najčešći način online plaćanja. Visa i Mastercard su najšire prihvaćene internacionalne kartice. Maestro i Diners Club se također mogu koristiti u nekim online trgovinama. Pazite na sigurnost kupovine i koristite samo web stranice sa https protokolom i verifikacijom sigurnosti.

Elektronički novčanici (e-wallets) su brži i potencijalno sigurniji način plaćanja od kartica. Popularni su Apple Pay, Google Pay i PayPal. Potrebno je prethodno napuniti novčanik ili povezati ga s bankovnim računom.

Lokalni online plaćanje servisi su neki hrvatski web-prodavci koji nude online plaćanja kroz lokalne servise poput borion platforme integrirane s mnogim hrvatskim bankama. PayNow je plaćanje putem SMS potvrde. Monese i Revolut su fintech aplikacije koje nude i online plaćanja. Gostinsko plaćanje su online prodavači koji nude opciju kupovine kao gost bez registracije. Plaćanje se obično vrši kreditnom/debitnom karticom. Može postojati ograničenje minimalnog iznosa kupovine.

3. Monri rješenja za blagajne u turizmu

Monri se ističe kao ponuditelj sveukupnih rješenja za plaćanja, a njihove usluge uključuju i specifične pogodnosti za blagajne u turizmu.

Monri nudi napredne blagajničke sisteme s hardverom i softverom prilagođene za potrebe turističkih sektora. To bi mogao biti paket koji uključuje fiskalnu blagajnu, skener barkoda, čitač kartica i softver za upravljanje prodajom. Integracije za turizam su njihovi sistemi koji se mogu integrirati s postojećim programskim rješenjima u vašem turističkom poslu, kao što su PMS (Property Management System) ili CRS (Central Reservation System). Ovo omogućava centralizirano upravljanje inventarom, rezervacijama i plaćanjima. Sigurne transakcije koje Monri procesira plaćanje kreditnim karticama, debitnim karticama, digitalnim novčanicima i gotovinom i na kraju multilingvalna podršku koja podržava više jezika, što je bitno za turizam.



Slika 8. Monri i njegove vrste blagajni

Izvor: Preuzeto s (<https://monri.hr/>)

3.1. Ugostiteljska blagajna remaris

Remaris Hospitality POS je blagajnički sustav specifično dizajniran za potrebe HoReCa industrije (hotela, restorana i kafića). Nudi niz naprednih funkcija i prednosti koje mogu poboljšati efikasnost, profitabilnost i zadovoljstvo gostiju vašeg poslovanja.

Ključne značajke Remaris Hospitality-a su upravljanje prodajom, praćenje i evidencija prodaje artikala i usluga. Može upravljati inventarom i skladištenjem, kreira i upravlja promocijama i popustima i na kraju analizira prodaje i izvještavanje. Također ključne značajke su bitne i kod upravljanja narudžbe za pripremanje narudžbi od stolova, kuhinje ili barova. Uz to je važno praćenje i ažuriranje statusa narudžbi, tiskanje računa i bonusa.

Prednosti korištenja Remaris Hospitality POS-a povećava efikasnost automatizacije procesa i ubrzava operacije za veću produktivnost. Poboljšava profitabilnost da smanjite troškove i povećajte profit s boljim upravljanjem prodajom i inventarom. Poboljšano zadovoljstvo gostiju je pružanje brže i besprijekorne usluge koja će gostima ostaviti dobar dojam. Lakoća korištenja i intuitivno sučelje i jednostavna navigacija čine ga lakim za korištenje zaposlenicima svih razina iskustva.



Slika 9. Remaris blagajna

Izvor : Preuzeto s(Ugostiteljska blagajna Remaris - Monri Payments)

3.2. Ugostiteljska blagajna smart

Napojnica će automatski biti uključena u račun, olakšavajući proces plaćanja bez potrebe za dodatnim koracima na terminalu. Ovo ne samo da štedi vrijeme konobara, već i smanjuje rizik od grešaka prilikom ručnog unosa. Integracija Monri blagajne s POS sustavom omogućuje vam da sami odaberete način na koji želite omogućiti gostima da daju napojnicu karticom, pružajući vam više opcija za prilagodbu:

- I. Označiti najbliži veći iznos (od ukupne sume računa)
- II. Utvrditi visinu napojnice
- III. Utvrditi procenat
- IV. Ručni unos preferiranog iznosa

Također se mogu koristiti mobilne aplikacije za pregled poslovanja koje nam omogućavaju slijedeće mogućnosti:

- I. Potpuna preglednost trenutnog poslovanja vašeg lokala dostupna putem mobilnog uređaja.
- II. Slijedimo promet, najtraženije proizvode, izvještaje i račune.
- III. Usporedba prometa s prethodnim vremenskim periodima.
- IV. Odobravanje zahtjeva za storniranje računa koje konobari šalju s blagajne.

Mogućnosti koje se nude sa blagajnom SMART:

I. Povezivanje s dostavnim uslugama: Bolt, Wolt, Glovo

II. Povezivanje s veleprodajama

- Automatizacija narudžbi i evidentiranje isporuka

III. Integracija kamera

- Povezivanje računa s video nadzorom

IV. Povezivanje s web trgovinom

- Obrada online narudžbi na blagajni

V. Integracija s kontrolnim sustavima

- Implementacija kodova na račune za ograničavanje pristupa WC-u ili parkingu samo za goste

VI. Povezivanje s sustavima točenja pića

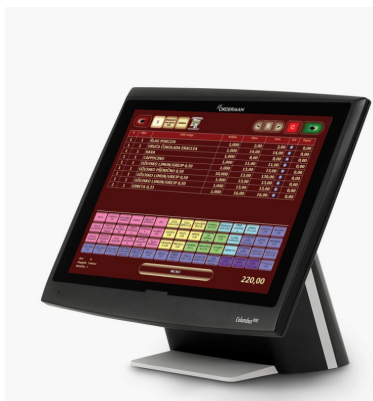
- Praćenje potrošnje i naplate ili kontrola točenja bez prethodne narudžbe

VII. Integracija s vanjskim sustavima inventure

- Izvođenje inventure putem mobilnih uređaja i usporedba s blagajničkim stanjem

VIII. Povezivanje s ERP sustavima

- Automatsko slanje podataka u računovodstvo bez ručnog unosa i mogućih pogrešaka



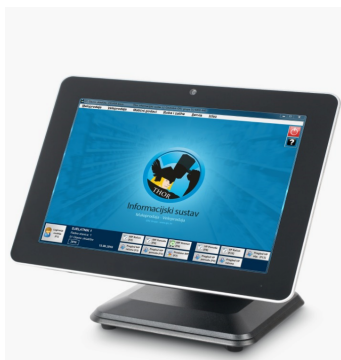
Slika 10. Smart blagajna

Izvor: Preuzeto s (Ugostiteljska blagajna Smart - Monri Payments)

3.3. Trgovačka blagajna thor

Cjelokupno rješenje za maloprodaju i veleprodaju je Thor blagajna koja je kompletno rješenje za trgovinu koje pokriva upravljanje prodajom, inventarom, skladištenjem i financijama. Integrirano računovodstvo omogućava automatsko ažuriranje vašeg računovodstva s transakcijama izvršenim preko blagajne.

Rad sa POS terminalom Thor se povezuje s POS terminalom za prihvaćanje plaćanja karticama. Upravljanje zalihama softver može omogućavati praćenje zaliha, prijernih listova, uvoznih kalkulacija i ostalih dokumenata.



Slika 11. THOR blagajna

Izvor: Preuzeto s (Trgovačka blagajna Thor - Monri Payments)

Blagajna THOR idealno je rješenje za trgovine, na računalu ili touch screenu. Organizacija skladišta, robe i zaliha. Nudi mogućnost praćenja prijernih listova, uvozne kalkulacije, povratnica, međuskladišnice i slične dokumente. Ova maloprodajna blagajna nudi napredne funkcionalnosti u izdavanju računa, uključujući mogućnost izdavanja računa na temelju radnog naloga ili dodavanja novih artikala tijekom transakcije. Omogućava vam precizno praćenje prometa u maloprodaji putem izvještaja koji se mogu filtrirati prema različitim datumima, blagajnama, radnim mjestima, zaposlenicima i drugim varijablama.

Stavke koje blagajna Thor nudi:

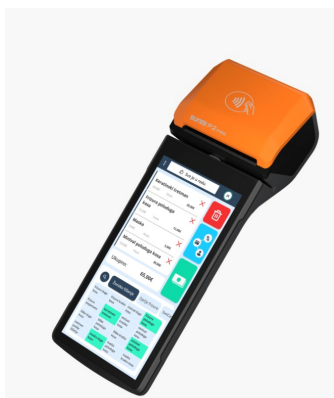
- I. Prilagodljiv program za maloprodaju omogućuje vam unos do 400 artikala putem dodirnog zaslona, čak i bez barkodova.
- II. Modul za proizvodnju s praćenjem radnih naloga
- III. Financijski knjigovodstveni modul
- IV. Poboljšana učinkovitost i olakšano vođenje internog knjigovodstva putem Thor.fin sustava
- V. Praćenje radnog vremena zaposlenika
- VI. Opcija kao samostalna aplikacija ili integrirana u Thor sustav
- VII. Modul za maloprodajni otkup
- VIII. Program za evidenciju i otkup sekundarnih sirovina
- IX. Modul za upravljanje radnim nalogom
- X. Praćenje servisnih aktivnosti i statusa naloga te povezanost s naplatom unutar jedinstvenog sustava
- XI. Integracija s FIS sustavom
- XII. Povezivanje s Fitosanitarnim informacijskim sustavom za prodaju SZB-a (sredstava za zaštitu biljaka)

3.4. Mobilna blagajna Start

Start je mobilna fiskalna blagajna s pisačem koja podržava kartično plaćanje. Proizvod je rezultat dugogodišnjeg iskustva u razvoju softvera za blagajne i platne sustave, pružajući jednostavno i kompaktno rješenje. Primjenjiv je u različitim sektorima kao što su frizerski i kozmetički saloni, cvjećarne, dostava i prijevoz te pružanje raznih usluga poput instrukcija, logopedskih terapija, savjetovanja, privatnih treninga itd. Zahvaljujući dugotrajnoj bateriji i kompaktnom dizajnu, Start je idealan izbor za one koji pružaju usluge u manjim prostorima ili kod klijenata.

Pogodnosti korištenja blagajne START :

Prihod od kartičnih transakcija automatski se prenosi na vaš postojeći bankovni račun zahvaljujući našoj suradnji s lokalnim partnerima. Uređaj i pripadajuća aplikacija dolaze spremni za upotrebu, prilagođeni vašim specifičnim zahtjevima o operaterima i artiklima koje imate u ponudi. Administrativno sučelje omogućuje vam praćenje svih transakcija, izdavanje računa i generiranje izvještaja. Po potrebi, možete dati pristup svojem knjigovodji. Svi vaši podaci sigurno se pohranjuju u oblaku i ne zadržavaju se lokalno na uređaju, pružajući zaštitu od krađe ili oštećenja uređaja. Lako odaberite između izdavanja standardnog ili R-1 računa, s unosom klijentovih podataka samo jednom. Start možete koristiti s bilo kojom SIM karticom ili pouzdanom Wi-Fi mrežom. Klijenti preferiraju digitalne račune, ali ipak trebaju evidenciju? Pošaljite im račun e-mailom izravno iz blagajne!



Slika 12. START blagajna

Izvor: Preuzeto s (Mobilna blagajna Start - Monri Payments)

4. Monri WsPayPer

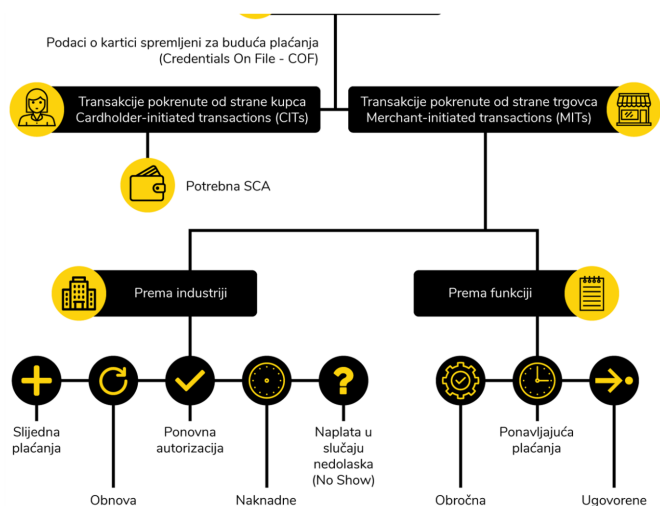
Posebne prilagodbe za različite industrije poput hotelske, osiguravajućih kuća, rent-a-car i drugih sektora omogućuju se uz korištenje SSL certifikata. Osim toga, omogućuje se pristup i slanje ponuda s vlastite poddomene, kao što je npr. securepay.domena.hr.

Ovaj sustav omogućuje povezivanje s vizualnim identitetom tvrtke, što uključuje prilagodbu vizualnog i tekstualnog sadržaja u skladu s brendom. Također, pruža se popis svih kreiranih poziva na plaćanje, što omogućuje ponovni kontakt s kupcima i olakšava proces komunikacije.

- I. Povezivanje sa svim Monri WSPay rješenjima (odnosno ostalim rješenjima)
- II. Povezivanje je potrebno izvršiti a povezuju se WSPayPer s drugim rješenjima WSPay -a. Mogu se dodati drugačija naplaćivanja kao naprimjer e-wallet, QRPay i ostali.
- III. Isplata transakcija na više računa (prema organizacijama)
- IV. Integracija sa svim sustavima (CRM, HIS, OTA...)

- V. Potrebno je povezati sve sustave koji su ponuđeni te se koriste.
- VI. Jednostavna nadogradnja usluge za turistički sektor (Online check
a. In/Out)

- VII. Postoje sljedeći tipovi transakcija:
- VIII. CIT (Customer Initiated Transaction) transakcije
- IX. CoF transakcije
- X. MIT (Merchant Initiated Transaction) transakcije



Slika 13. Shema transakcija

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.me/cd/274/tokenizovane-transakcije-sa-sacuvanim-karticnim-podacima>)

4.1. WsPayPer rješenja

Uz obavezno korištenje SSL certifikata omogućen vam je pristup i slanje ponuda sa vlastite poddomene (npr.securepay.domena.hr)

Fleksibilna naplata

- I. Naplata depozita, preautorizacija, plaćanje jednokratno, na rate ili samostalno od strane Agent tokeniziranim karticama.

Personalizacija do najsitnijeg detalja

- I. Sustav se prilagođava svim vašim potrebama, tekstualnim porukama, vizualnim identitetom (brendom).

Povezivanje sa svim sustavima koji se koriste (CRM, HIS, OTA i sl.)

Aktivacija COF (Card on File)

Omogućavanje korisnicima spremanje kartica za buduća plaćanja u sigurnom Monri WSPay PCI DSS okruženju

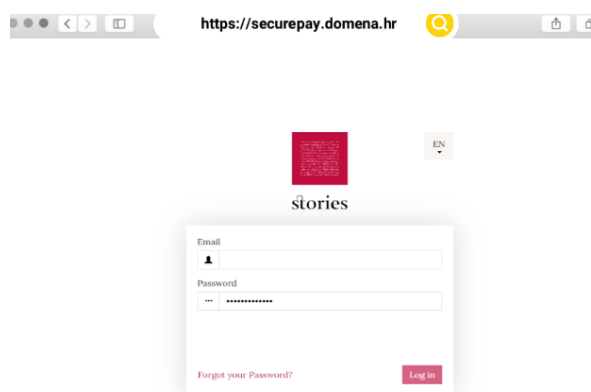
Povezivanje sa ostalim rješenjima

Omogućavanje plaćanja dodatnim platnim metodama kao što su Aircash, KEKSPay, Google Pay, PayCek... (ovisno o tržištu)

Pridodavanje različitih metoda naplate kao što su e-wallet, QRPay i sl.

Prijava u sustav vrši se na sljedeći način;

- I. Putem linka koji smo kreirali prema želji korisnika npr. <https://pay.domena.com>, na početnom sučelju prikaže se prostor u koji je potrebno prijaviti se sa korisničkim imenom i lozinkom.



Slika 14. Peimjer ulogiravanja u sučelje

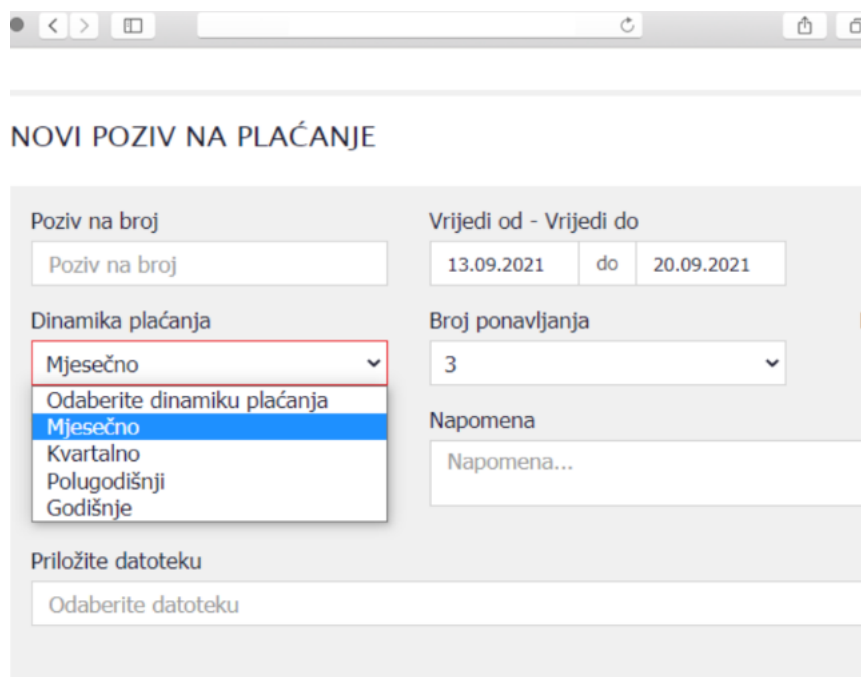
Izvor: izradio autor (slika zaslon na poslovnom portfelju)

Prijava u sustav ima mogućnost kreiranja poziv za plaćanja (Paymant), poziv za tokenizaciju kartice i naplata depozita.

Kada se ulogiramo upisujemo osnovne podatke za Poziv na plaćanje – Poziv na broj ili broj rezervacije, datum do kojeg vrijedi te iznos za plaćanje.

Prvo odaberemo objekt te upisujemo e-mail adresu na koju šaljemo npr. Poziv za plaćanje.

- I. Podaci koji se unose i obvezni su za unos poziva za plaćanje. Za kreiranje poziva na plaćanje potrebno je odabrati istoimenu vrstu naplate te potom upisati 'Poziv na broj' ili „*Inovice number*“, od kada do kada vrijedi poziv na plaćanje te iznos.
- II. U slučaju da se sa korisnikom dogovori plaćanje ukupnog iznosa u nekoliko „rata“ to je omogućeno odabirom opcije 'Plaćanje na rate' ili '*Use installments*'. Napominjemo da ovo nisu „rate“ odobrene od izdavatelja kartice, već ovise isključivo o dogovoru prodajnog mjesta i korisnika.
- III. Također je kroz sustav omogućeno je korigiranje rata, kako njegovih iznosa tako i vremenskih perioda plaćanja.



NOVI POZIV NA PLAĆANJE

Poziv na broj: Poziv na broj

Vrijedi od - Vrijedi do: 13.09.2021 do 20.09.2021

Dinamika plaćanja: Mjesečno (dropdown menu open showing options: Odaberite dinamiku plaćanja, Mjesečno, Kvartalno, Polugodišnji, Godišnje)

Broj ponavljanja: 3

Napomena: Napomena...

Priložite datoteku: Odaberite datoteku

Slika 15. Sustav za poziv za plaćanje

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Ako se pak poziv za plaćanje kreira za tvrtku tada je potrebno na polju 'Za tvrtku' ili 'VAT invoice' odabrati kvačicu.

U ovom slučaju u polje 'Tvrtka' ili 'Company' otvara se dodatno polje za upis naziva Tvrtke te je obavezno upisati OIB ili VAT number.

- II. Kreiranje poziva za token podrazumijeva spremanje kartice za buduća plaćanja. U sustav se sprema token, a ne broj kartice.
 - Kada se kartica tokenizira Korisnik može sa navedenim tokenom vršiti plaćanje, no pogodnost spremanja tokena je i u tome što omogućava Agentu da izvrši naplatu po kartici i to 10 dana od unesenog datuma odlaska.
 - Iznos od 5,00 EUR je minimalni iznos za provođenje tokenizacije kartice te je automatski definiran. Korisniku neće biti naplaćen, već će se automatski stornirati.
- III. Naplata depozita - ima 3 različite opcije kreirane prema potrebama hotelske industrije.
 - Poziv na plaćanje depozita

Imate mogućnost slanja Poziva na plaćanje depozita. Ukoliko je npr. iznos cijele rezervacije 1.000,00 EUR od Korisnika se može tražiti plaćanje npr. 40% ukupnog iznosa, a ostatak može gotovinom, virnanski... ili već prema dogovoru.

- Predautorizacija depozita

Postoji i mogućnost slanja Poziva na predautorizaciju depozita. Ukoliko je npr. iznos cijele rezervacije 1000,00 EUR od Korisnika se npr. 7 dana prije dolaska može tražiti predautorizacija npr. 30% ukupnog iznosa.

Kompletiranje predautoriziranog iznosa izvršava Agent kroz svoje sučelje (klikom na gumb Kompletiraj).

- Automatska tokenizacija depozita

Postoji i mogućnost slanja Poziva za plaćanje ili Predautorizaciju depozita uz Automatsku tokenizaciju. Ukoliko je npr. iznos cijele rezervacije 1.000,00 EUR od Korisnika se npr. 7 dana prije dolaska može tražiti predautorizacija npr. 20% ukupnog iznosa, no prilikom plaćanja se vrši i automatska tokenizacija tako da se naknadno može i izvršiti naplata od strane Agenta.

4.2. PSD2 regulativa

Puno značenje PSD je The Payment Services Directive koja regulira tržište plaćanja a štiti kupce i trgovce, dok je PSD2 regulativa EU regulativa koja je u strogoj primjeni od 01.07.2021. godine a to je nastavak PSD.

Cilj PSD2 je povećati sigurnost card present plaćanja i online plaćanja te smanjenje broja Fraud transakcija, također želi olakšati proces autentifikacije kupca prilikom plaćanja a ona omogućuje razvoj dodatnih platnih metoda a s time dolazi i povećanje konkurentnosti trgovca.

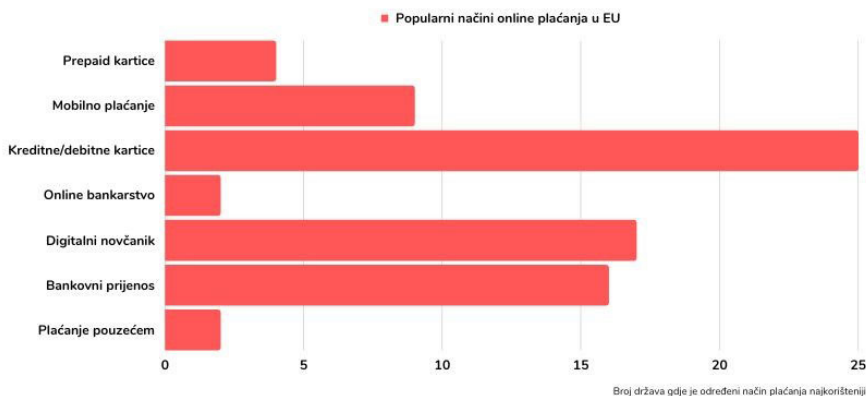
PSD2 regulativa obvezuje na strogu primjenu Strong Customer Authentication (SCA) kod plaćanja ali za hotelsku industriju postoji izuzeće i mogućnost naplate MOTO transakcije bez SCA. Početkom 2021. godine vidljive su promjene vezno za SCA, graf niže bazira se na zapadne države Europe neke države su imale težak početak pa im je i postotak bio niži.



Graf 3. PSD2 regulativa u razdobljima

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/257/kako-tece-primjena-psd2-regulative>)

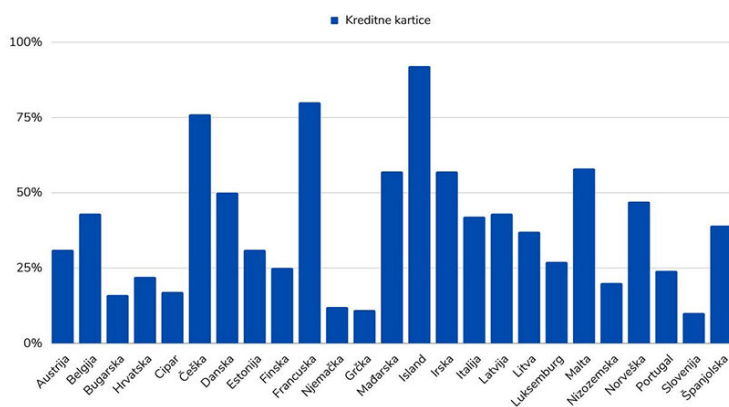
Potrebno je napomenuti kako način za plaćanje u različitim državama popularan kartični način plaćanja. Svaki kupac ima svoje želje ali i kriterije što se tiče kupnje i plaćanja ali važno je napomenuti da se uz to sve ističu i navike kartičnog plaćanja.



Graf 4. Način i popularnost plaćanja

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/257/kako-tece-primjena-psd2-regulative>) vidljiv način i popularnost plaćanja

Od svih država u EU kreditne i debitne kartice najviše se koriste za online kupnju na Islandu, Fancuskoj i Cipru, dok su najmanje zastupljeni način online plaćanja u Grčkoj, Njemačkoj i Sloveniji.¹

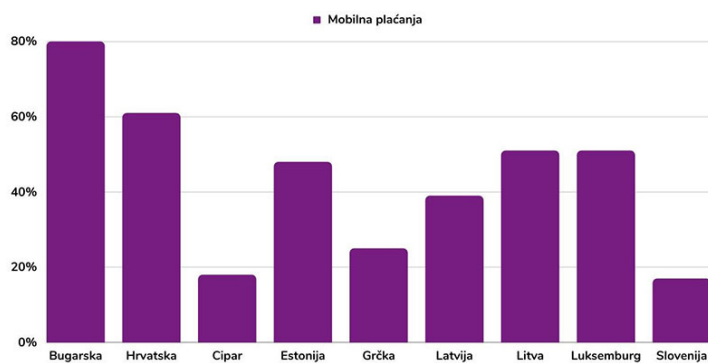


Graf 5. Prikaz plaćanja kreditni karticama po državama

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/257/kako-tece-primjena-psd2-regulative>)

¹ WSPay by monri; Kako teče primjena PSD2 regulative <https://www.wspay.info/cd/257/kako-tece-primjena-psd2-regulative> (posjećeno 29.04.2024.)

Mobilno plaćanje je način plaćanja za robe i usluge pomoću mobilnog uređaja, kao što je pametni telefon ili tablet. način plaćanja koristi NFC (Near Field Communication) tehnologiju za slanje informacija o plaćanju terminalu za plaćanje. Da biste platili beskontaktno, jednostavno prislonite svoj mobilni uređaj na terminal za plaćanje.



Graf 6. Primjer mobilnog plaćanja po državama

Izvor: Preuzeto s (<https://www.wspay.info/cd/257/kako-tece-primjena-psd2-regulative>)

4.2.1. SCA – Strong Customer Authentication

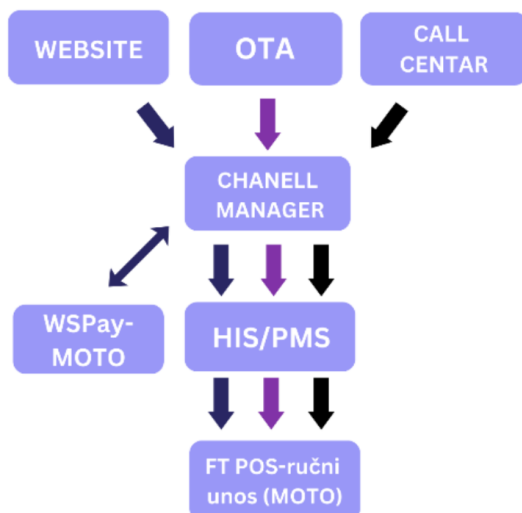
SCA je dvostruka autentifikacija kako i samo ime govori (3D Secure autentifikacija) prilikom online plaćanja za zaštitu kupca prema kojoj gosti koji plaćaju moraju zadovoljiti specifične faktore iz minimalno dvije od tri pretpostavljene kategorije a to su znanje, posjedovanje i autentičnost.

Naplatom uz SCA (3D Secure) kao trgovca postaje sigurnija jer se smanjuje mogućnost Frauda i mogućnost Chargebacka za transakcije. Nakon 3Dsecure autentifikacije i tokenizacije kartice na WSPay-u možete raditi MIT (Merchant Initiated Transactions) koja je u skladu s PSD2 regulativom.

4.2.2. Postojeći tijek rezervacije i naplate

Rezervacije završavaju u HIS/HIM sustavu sa karticom. Naplatu provodi CM preko WSPay-a, ali kroz MOTO kanale gdje su naplate podložne chargebacku i nisu provedene prema PSD2 regulativi.

Ostale rezervacije se naplaćuju na FT POS terminalima ručnim usom (ako je dozvoljeno), ali isto po MOTO kanalu bez SCA. Izuzeto od ovog su naplate na recepciji predautoriziranjem + naplata uz prisustvo kartice. U slučaju da gost napusti hotel više nije moguće naplatiti predautorizaciju.



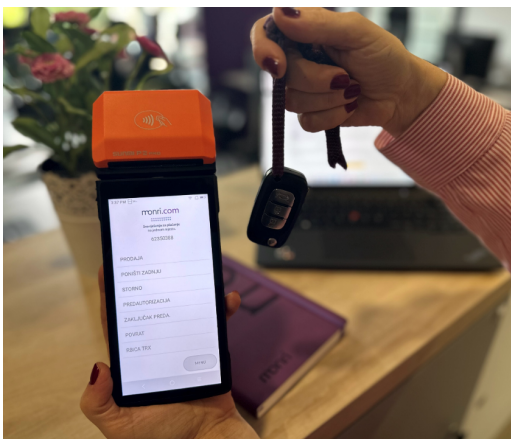
Slika 16. Shema tijeka rezervacija

Izvor: izradio autor (slika zaslon na poslovnom portfelju)

4.3. Rental industrija u turizmu

Rental industrija je industrija koja traži brzu prilagodibu i implementaciju noviteta. Sustav se prilagođava svim vašim poslovnim i privatni uvjetima. Pristup sa vlastite poddomene uz obvezno korištenje SSL certifikata. Kod Rental industrije postoje tri vrste transakcija a to su CIT transakcija, CoF transakcija, MIT transakcija.

Samim sustavom se smanjuje rizik prijevare i štete. Procesi predautorizacije i tokenizacije na POS uređaju procesi i naknadnih naplata u potpunosti optimiziraju vaše procese. Moguća integracija sa vanjskim sustavima. Kompletiranje (naplata do predautoriziranog iznosa) moguća kroz web sučelje i putem POS uređaja. Mogućnosti rental industrije su predautorizacija i tokenizacija kartice na Android mobilnom uređaju ili naplata direktno na POS uređaju. Naplata predautorizirane transakcije preko generiranog tokena i iniciranje nove transakcije tokenom (za potrebe naplate kazni i ostalih naknadnih troškova).




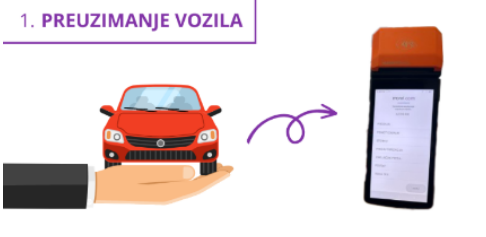
Slika 17. CIT transakcija i preuzimanje vozila

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Način rental industrije za pružimanje vozila je sljedeća;


- I. Preuzimanje vozila – predautorizacija i tokenizacija na prodajnom mjestu
- II. Vraćanje vozila - naplata (kompletiranje) transakcije do predautoriziranog iznosa putem generiranog tokena bez prisustva kartice
- III. Naknadna naplata – putem generiranog tokena (kazne, štete i drugi naknando nastali troškovi)

1. PREUZIMANJE VOZILA



PREDAUTORIZACIJA

2. VRAĆANJE VOZILA



Naplata tokenom

| TOKEN IDENTIFIKATOR | IZNOS | BROJ AUTORIZACIJE | ID TRANSAKCIJE |
|---------------------|----------|-------------------|----------------|
| JhO6bOJcnWZV9002 | 0.10 | 826475 | 246688 |
| IME | PREZIME | BROJ UGOVORA | |
| Monri | Payments | 123456 | |

Plati

NAPLATA

3. NAKNADNA NAPLATA PUTEM GENERIRANOG TOKENA

| KREIRANO | NAČIN PLAĆANJA | BROJ KARTICE | TOKEN | BROJ AUTORIZACIJE | ID TRANSAKCIJE | IME | PRIMATELJ UPLATE |
|---------------------|----------------|--------------|------------------|-------------------|----------------|-------|------------------|
| 19.09.2023 15:42 | | | JhO6bOJcnWZV9002 | 826475 | 246688 | Sanja | WSPay PP |

Slika 18. Postupak rental industrije

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Prednosti Rental industrija je jednostavnije optimizirano poslovanje. Smanjuje se čekanje a ubrzava proces najma vozila.

5. Digitalne napojnice

“Dosad je porezni tretman napojnica bio ili nejasan ili nepovoljan za radnika. Oporezivao se jednako kao glavni dio plaće, što je bilo nepošteno. Sad se to mijenja i neoporezivo će biti do 3360 eura napojnice godišnje rekao je Ljudevit Habjanec, voditelj odjela razvoja blagajničkih rješenja tvrtke Monri Payments.² Od 1.1.2024. godine će se napojnice moći davati karticama, a do iznosa od 3360 eura godišnje po djelatniku biti će neoporezivo.

5.1. Što je napojnica i kako se naplaćuje

Što je napojnica?

Napojnica je primitak posloprimca (radnik, student, učenik..) primljen od strane trećih osoba ostvaren po osnovi nagrade za dobro obavljenju uslugu za vrijeme rada kod poslodavca/obveznika fiskalizacije. Poslodavac/obveznik fiskalizacije mora evidentirati napojnicu u svojim evidencijama i knjigovodstvenim ispravama kao pravo zaposlenika. Izvještavanje o iznosima napojnice obvezno je mjesečno prijaviti poreznoj upravi putem Obrasca JOPPD, s podacima po OIB-u svake osobe koja je primila napojnicu Napojnica mora biti dobrovoljna, ne smije biti unaprijed uvjetovana jer ukoliko je obvezna ona onda neće biti neoporeziva i postaje oporeziva, može biti veća od svote računa jer nema zakonskog ograničenja. Poduzetnik može donijeti odluku da neće primati napojnice.



Slika 19. Plaćanje karticom

Izvor: Preuzeto s (<https://monri.hr/digitalne-napojnice/>)

² Plaćanje napojnica karticom i izdavanje računa u šumi.. https://www.telegram.hr/partneri/placanje-napojnica-karticom-i-izdavanje-racuna-u-sumi-razgovarali-smo-sa-strucnjakom-o-novim-trendovima-na-trzistu?utm_medium=email&utm_source=p2ANqtz-_GmkfVF_WYj852K_IaaSC13uMnmgxvNV_ZHg-x9jEX113O74HmPtywfKSSj4scvDANNEvMs_LUvrWNW1dmgG8gHDIUKVwbGiIbVaayrZSdff4kkl&utm_source=hs_email (Pregledano 14.04.2024.)

Tko smije naplatiti napojnicu i na koji način

Propisi izravno ne ograničavaju u kojim djelatnostima se može naplatiti napojnica, nije ograničena samo na uslužne djelatnosti. Mogu se naplatiti u svakoj djelatnosti osim u onim djelatnostima koje su navedene u članku 5. Zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom za čije se promete porezni obveznik ne smatra obveznikom fiskalizacije (primjerice: igre na sreću, naplata cestarine, maloprodaja). Ukoliko nema fiskalizacije onda nema neoporezive napojnice.

Ukoliko poduzetnik uz djelatnosti iz čl. 5. Zakona o fiskalizaciji u prometu gotovinom obavlja i druge djelatnosti (npr. obrt i kasino) onda može naplatiti napojnice u ugostiteljskoj djelatnosti i one će se smatrati neoporezivim napojnicama do propisane svote, a za kasino plaća ili drugi dohodak osobe kojoj se isplaćuje. Napojnicu do neoporezive svote (do 3.360,00 € godišnje po osobi) može naplatiti isključivo obveznik fiskalizacije izdvajanja računa koji su naplaćeni novčanicama, kovanicama ili karticama – ostvaren promet gotovinom i onda ju isplatiti osobama za koje je napojnica i primljena.

KOJE RADNJE TREBA PODUZETI PRIJE FISKALIZACIJE NAPOJNICE

Dopušteni načini naplate napojnice su gotovina i kartica (kreditne i debitne), također je I dopuštena naplata napojnice i u stranoj valuti propisana Zakonom o deviznom poslovanju. Napojnica koja je naplaćena na transakcijski račun ne može se tretirati kao neoporeziva napojnica jer prema odredbama Zakona o fiskalizaciju u prometu gotovinom nije predviđena naplata napojnica na transakcijski račun – kod naplate na transakcijski račun nema obveze fiskalizacije. Prije fiskalizacije napojnice treba donijeti interni akt kojim će se regulirati podjela napojnice, kako će se regulirati vrijeme isplate, definirati koji zaposlenici će primati napojnice.

Svakom djelatniku možemo omogućiti tri ovlaštenja:

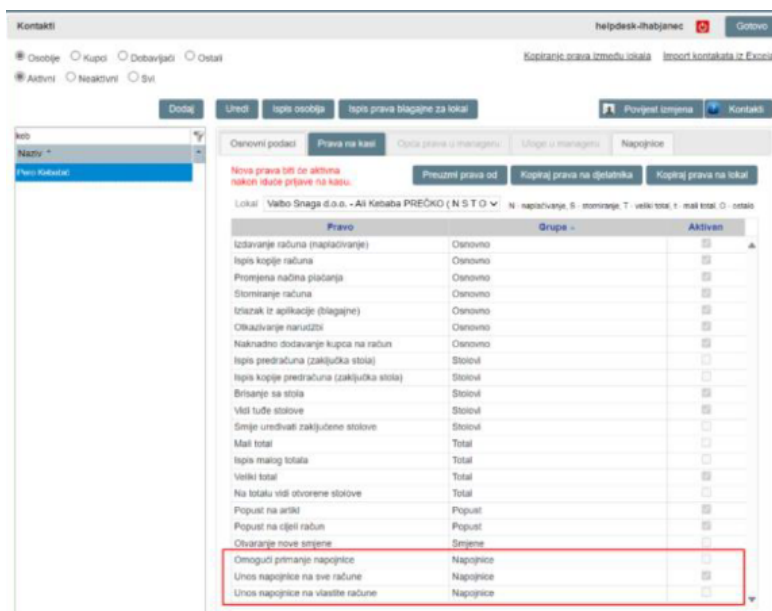
- I. Omogućiti primanje napojnice – tim odobrenjem omogućujemo primanje napojnice na OIB određenog konobara. Ovu mogućnost moramo aktivirati za sve konobare za koje želite da primaju napojnicu
- II. Unos napojnice za vlastite račune – to nam ovlaštenje nam omogućuje unos napojnice samo za vlastite račune tj. za one koje je izdao taj konobar. Naravno potrebno je istovremeno imati I ovlaštenje primanja napojnice.
- III. Unos napojnice za sve račune – ovo ovlaštenje nam može biti korisno za voditelje smjene koji mogu unijeti napojnicu za bilo koji račun, i dalje je potrebno da konobar koji je izdao račun ima ovlaštenje za primanje napojnice.

5.2. Proces digitalnih napojnica u blagajnama

Blagajna Remaris

Kako dodati ovlasti na djelatnike?

Na naslovnoj stranici u backoffice dijelu vaše blagajne Remaris, pronađemo grupu opcija koja se zove Adresari. Kliknemo na prvu opciju Kontakti. Tamo će nam se otvoriti prozor u kojem ćemo moći pregledati svoje osoblje, a na kraju dozvola koju ima svaka osoba vidjet ćemo tri nove mogućnosti za primanje i prijavu napojnica. „Omogući primanje napojnice“ je ovlaštenje koje mora biti aktivno na svakom konobaru koji će primati napojnice vezane za svoje račune.

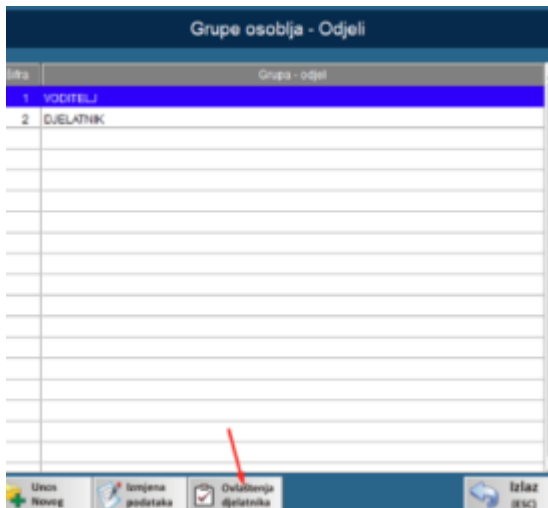


Slika 20. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni REMARIS

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Blagajna Thor

Kako bi djelatnici mogli unositi napojnice, moramo im dodijeliti nove ovlasti. Ovlasti se dodaju: Matični podaci > Grupa osoblja – Odjeli. Ovdje odaberemo grupu kojoj pripadaju djelatnici i kliknemo na Ovlaštenje djelatnika



Slika 21. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni THOR

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

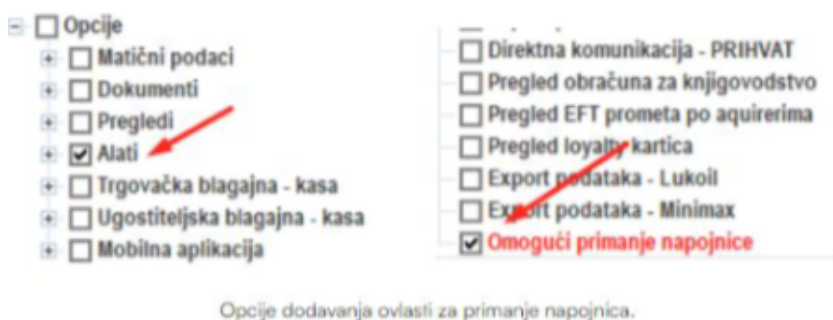
U ovlaštenjima djelatnika odaberite između dvije opcije :

- I. Funkcionalnosti, Dopusti djelatniku unos napojnice na račune koje je on izdao.
- II. Funkcionalnosti, Dopusti djelatniku unos napojnice na sve račune (bez obzira tko je izdao račun)

Blagajna Smart

Nakon prijave u blagajnu, u padajućem meniju u donjem desnom dijelu ekrana odabrat ćemo natpis Operatori.

Izaberite osobu kojoj želite promijeniti ovlasti. Ovdje ćemo pod Opcije vidjeti Alati. Klikom na Alate dobit ćemo mogućnost staviti kvačicu na opciju Omogući primanje napojnica. Spremite ćemo nove ovlasti klikom na kvačicu.



Slika 22. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni SMART

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Osim davanja ovlasti na primanje napojnica, potrebno je djelatniku i dozvoliti da unosi iznos napojnica na račune, a mi možemo odabrati hoće li oni to moći napraviti samo za vlastite račune ili za sve račune u blagajni. Ovlasti možemo pronaći pod Trgovačka blagajna – kasa i Ugostiteljska blagajna – kasa.



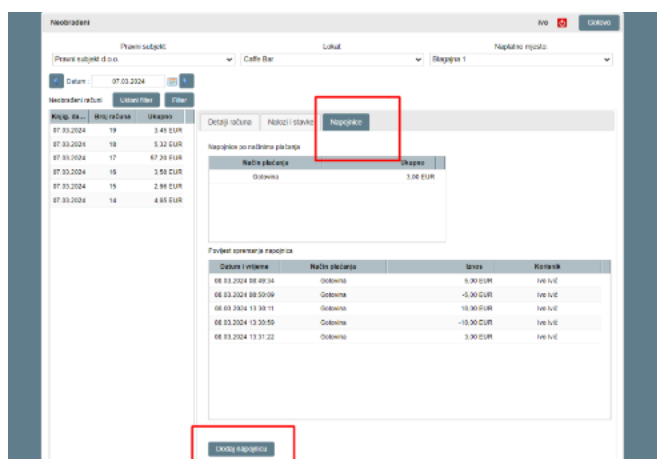
Slika 23. Dodavanje ovlasti na primanje napojnica u blagajni SMART

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

5.3. Rješenje bez integracije I sa integracijom

Kako napraviti storno napojnice i dodati napojnice na račun?

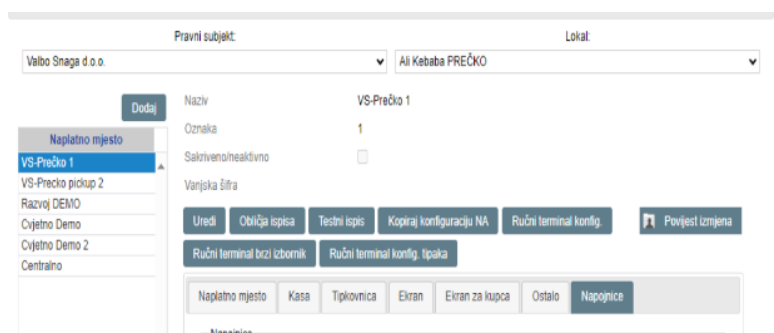
U novoj verziji postoji opcija storno napojnice i dodavanje napojnice na račun (kucane dan prije, izmjene na starijim računima i dalje nisu mogući), isti je princip i na blagajni – 0 na iznos da se stornira, da se upiše napojnica dodati iznos.



Slika 24. Primjer storno napojnice

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Ako djelatnik ima uključeno primanje napojnica na POS uređaju se prikaže ekran sa napojnicama ovisno o postavkama: Prostorni podaci > naplatno mjesto > napojnice



Slika 25. Primjer primanje napojnica na POS uređaju

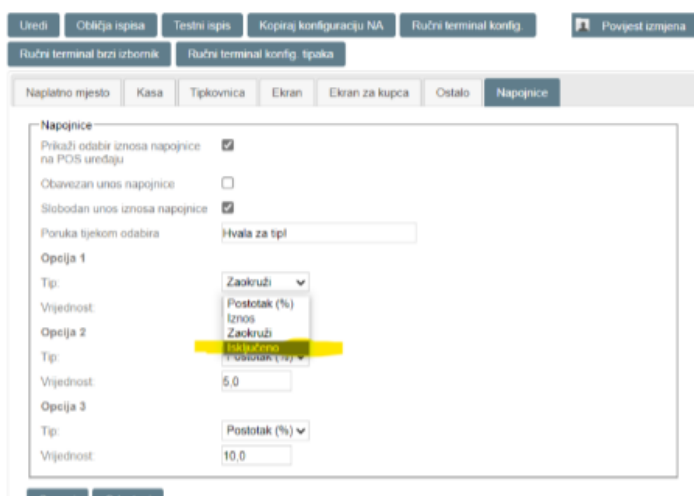
Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Nakon toga pojavi se izbor:

Prikaži odabir iznosa napojnice – ako nije uključeno na POS uređaju neće se prikazati.

Obavezan je unos napojnice – na ekranu POS-a mora se dodati napojnica, ne postoji tipka *Preskoči*.

Slobodan unos napojnice – na POS-u se ponudi opcija da može korisnik sam upisati iznos *Napojnice*.



Slika 26. Opcije odabira iznosa napojnica na POS uređaju

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Kod naknadnog dodavanja napojnice na karticu, POS ne ispisiuje SLIP, na posu piše odobreno ali na printeru se neće ispisati SLIP.



Slika 27. Primjer računa

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Pod pregledom transakcija možemo vidjeti da je naplaćeno.



| Datum | # Auth. | Izdao | Plaćanje | Broj | Storno | Tip | Status | Iznos |
|-------------------|---------|-----------|----------|------|--------|-------------|----------------------|-------|
| 23.1.2024 14:19:4 | 41793 | Pero Keba | | 91 | | Normal sale | Successful | 0,40 |
| 23.1.2024 13:32:0 | 576261 | Pero Keba | | 87 | | Normal sale | Successful | 10,00 |
| 23.1.2024 12:50:4 | 855519 | Pero Keba | | 80 | | Normal sale | Successful | 0,40 |
| 23.1.2024 12:49:3 | 31816 | Pero Keba | Visa | 79 | | Normal sale | Successful | 4,62 |
| 23.1.2024 12:35:1 | 160215 | Pero Keba | Master | 78 | | Normal sale | Successful | 2,00 |
| 23.1.2024 12:34:2 | 554713 | Pero Keba | Master | 77 | | Normal sale | Successful | 2,00 |
| 23.1.2024 11:37:2 | | Pero Keba | Kartice | | | Normal sale | Authorization Failed | 0,00 |

Slika 28. Primjer naplaćenog

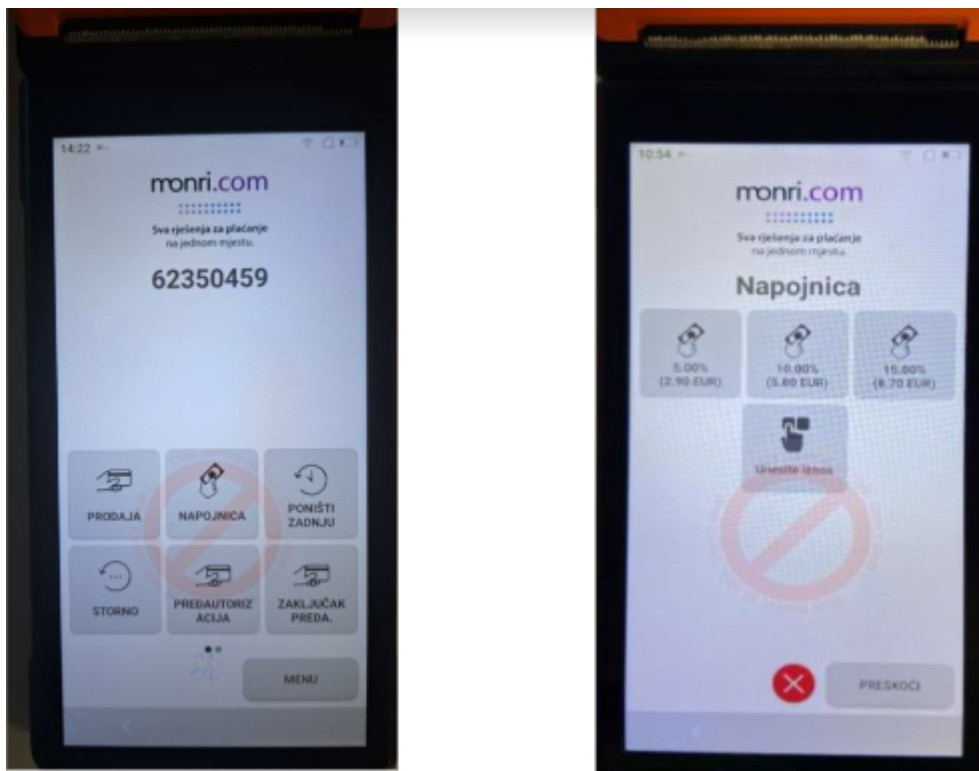
Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Ako korisnici koriste Monri terminale koji nisu u integraciji a žele napojnice na kartice, moraju se javiti Monriju (kartična naplata) ili mogu odmah poslati mail na helpdesk@monri.com i zatražiti uključivanje.

Monri će automatski postaviti opcije za napojnice: 5% 10% 15% *Naplata Računa* (opcija *Prodaja*) nudi se opcija odabira gost/kupac želi li ostaviti napojnicu. Ukoliko odabere *Da*, na ekranu terminala nudi se odabir ponuđenog iznosa, postotka ili ručni odabir iznosa prema želji gosta/kupca. U iznos računa upisuju iznos računa (ne povećaju iznos za napojnicu jer se dodatno nudi izbor napojnice).

Naknadna naplata napojnice -Tipka *Napojnica*.

Ukoliko je račun naplaćen drugim načinom plaćanja (npr gotovina), a gost/kupac želi ostaviti napojnicu, djelatnik prodajnog mjesta bira opciju napojnica i kupac može sam ručno upisati koliko želi ostaviti napojnice te prislanja karticu.



Slika 29. Primjer napojnica na terminal

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

5.4. Reporting – evidencije i preipreme za knjigovodstvo

Porezna uprava se izvještava samo o isplaćenoj napojnici primatelju napojnice, izvještavanje se odrađuje putem JOPPD obrasca - najkasnije do 15. dana u mjesecu koji slijedi nakon mjeseca u kojem su isplaćene napojnice.

JOPPD obrazac → razdoblje → mjesec isplate → red. br. 15.1. šifra 74 – Nagrade za dobro obavljenju uslugu (napojnicu) do propisanog iznosa.

Ista šifra i način izvještavanja primjenjuje se za sve primatelje neovisno o tome jesu li zaposlenici ili ne.

Kako prekontrolirati primljene napojnice?

- I. na blagajni: ukupan je zbroj napojnica vidljiv na dnevnom totalu.
- II. na vašem backofficeu: informaciju o prijavljenim napojnicama možete pronaći u izvještaju.

Total

Na glavnom ekranu blagajne kliknite na tipku Total te nakon toga Ispiši (Enter). Na ispisu se pojavljuje novi podatak, rekapitulacija napojnica po načinu plaćanja.

| Rekapitulacija napojnica po načinu plaćanja | |
|--|--------------|
| Katarina | 11,40 |
| Gotovina | 1,40 |
| Visa | 10,00 |
| Ukupno EUR: | 11,40 |

Slika 30. Rekapitulacija napojnica po načinu plaćanja

Izvor: izradio autor (slika zaslon na poslovnom portfelju)

Izveštaj u backofficeu

Vaše knjigovođe zanimat će izvještaj koji možete pronaći u backofficeu. Na početnoj stranici vašeg backofficea, krajnji desni skup opcija pod imenom Akcija ima gumb Ispisi. Kliknite na taj gumb i u padajućem izborniku (drop-down meni) nađite “Napojnice po konobarima“.

Marri Payments d.o.o.
Marri bar
Blagajna 1

Napojnice po konobarima
za razdoblje 1.1.2024. - 31.1.2024.

| Ivo Ivic | | Donos: | 0,00 |
|-----------------------|--|-------------------|--------------|
| OIB: 1111111111111 | | | |
| Način plaćanja | | Iznos | |
| Gotovina | | | 10,00 |
| Zaba | | | 2,30 |
| | | Ukupno: | 12,30 |
| Pero Perić | | Donos: | 0,00 |
| OIB: 1111111111112 | | | |
| Način plaćanja | | Iznos | |
| Gotovina | | | 9,00 |
| Zaba | | | 15,20 |
| Erste | | | 4,00 |
| | | Ukupno: | 28,20 |
| Marko Markić | | Donos: | 0,00 |
| OIB: 1111111111113 | | | |
| Način plaćanja | | Iznos | |
| Gotovina | | | 9,00 |
| | | Ukupno: | 9,00 |
| | | Sveukupno: | 49,50 |

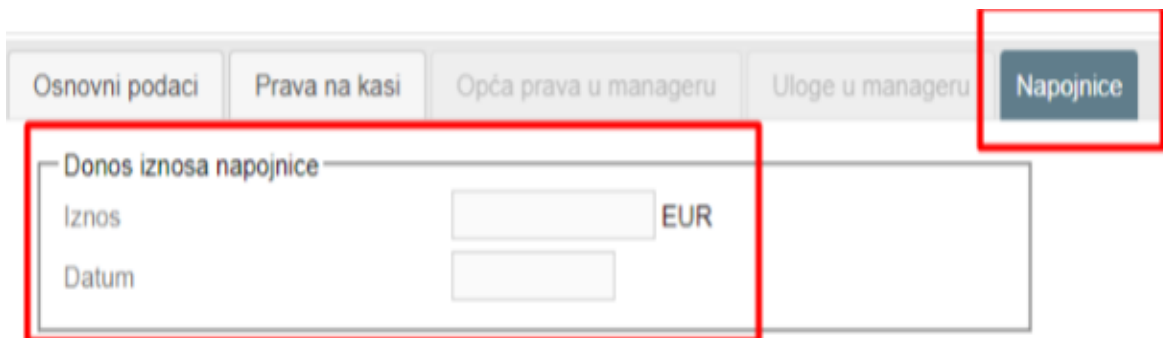
Slika 31. Primjer napojnice po konobarima

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Na ovom izvještaju možemo vidjeti i iznos donosa. Donos je iskorišteni iznos napojnice koji je konobar već ostvario u istoj godini kod prethodnog poslodavca. Ovaj podatak može biti koristan knjigovodstvu kako bi pravilno obračunali porez na dohodak nakon prijednog neoporezivog iznosa. Kako bi vaše knjigovodstvo pravilno obračunavalo napojnice svakog konobara, važno je da za sve nove djelatnike ručno unesete podatak o napojnicama koje je taj djelatnik zaradio u drugom lokalnu.

Kako upisati podatak o donosu za djelatnika?

Na naslovnoj stranici u backoffice dijelu vaše blagajne Remaris, pronađite grupu opcija koja se zove Adresari. Kliknite na prvu opciju Kontakti. Tamo će vam se otvoriti prozor u kojem ćete moći pregledati svo svoje osoblje, a kad odaberete osobu koju tražite, kliknite na zadnji tab u nizu na kojem piše Napojnice.



Slika 32. Odabir iznos napojnice

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Kako prekontrolirati primljene napojnice?

U svom dnevnom prometu možete vidjeti pregled napojnica koje su vaši djelatnici fiskalizirali. Odaberite period za koji vas zanima statistika i s desne strane dnevnog prometa vidjet ćete informacije o iznosu fiskaliziranih napojnica i načinu plaćanja napojnica.

Kod ulaza u dnevni promet maloprodaje dodana je mogućnost s kojom iznos primljenih napojnica u gotovini možete pribrojiti pologu koji nosite u banku. Ako je ova opcija odabrana, obrazac HUB i specifikacije prometa uključivat će i napojnice primljene u gotovini.



Slika 33. Kontrola primljene napojnice

Izvor: izradio autor (slika zaslona na poslovnom portfelju)

Kontrola napojnica preko backoffice programa

U backoffice vaše blagajne (Smart.Office) u modulu Pregledi – Management nalazi se izvještaj Napojnice – Napojnice po konobarima. U navedenom pregledu stoji evidencija zaprimljenih napojnica.

Pregled sadrži filtere za sortiranje zaprimljenih napojnica po:

- I. Mjestu troška
- II. Broju kase
- III. Vremenskom periodu
- IV. Konobaru / operateru koji je zaprimio napojnicu

Način i dinamika isplate napojnica odluka su poslodavca koju definira u internom aktu - interni akt je izvor prava za radnika. Ukoliko poslodavac ne donese interni akt - nema izvora prava na napojnicu za radnika i radnik ne može tražiti da mu se napojnica isplati neovisno o tome što je ista fiskalizirana. Dinamika isplate napojnica može biti dnevna, tjedna, dvotjedna, mjesečna ili bilo koji drugi rok.

| Naziv operatera | Iznos | Datum | Iznosi | Datum fiskalizacije | Način plaćanja | Dovao |
|-----------------|----------|-------------|----------|---------------------|----------------|-------|
| Konobar Konobar | 1.245,43 | 26.12.2023. | 1.233,88 | NEJE FISKALIZIRANO | | DA |
| Dario Perhut | 779,09 | 29.12.2023. | 0,63 | NEJE FISKALIZIRANO | GOTOVINA | NE |
| | | 29.12.2023. | 1,33 | NEJE FISKALIZIRANO | OTHERS | NE |
| | | 2.1.2024. | 1,23 | | GOTOVINA | NE |
| | | 2.1.2024. | 0,36 | 2.1.2024. 13:00:13 | AMERICAN | NE |
| | | 2.1.2024. | 1,00 | 2.1.2024. 15:09:55 | VISA | NE |
| | | 2.1.2024. | 1,30 | 2.1.2024. 15:21:00 | AMERICAN | NE |
| | | 3.1.2024. | 1,00 | 3.1.2024. 11:29:55 | MASTER | NE |
| | | 3.1.2024. | 1,00 | 3.1.2024. 11:40:20 | MASTER | NE |
| | | 3.1.2024. | 1,60 | 3.1.2024. 11:47:16 | VISA | NE |
| | | 3.1.2024. | 0,60 | 3.1.2024. 11:48:27 | MASTER | NE |
| | | 3.1.2024. | 1,50 | 3.1.2024. 11:48:03 | GOTOVINA | NE |

Slika 34. Preglednik napojnica po konobarima

Izvor: izradio autor (slika zaslon na poslovnom portfelju)

6. Web trgovine ili e-trgovine

Oblik je trgovine u kojem se kupovina, prodaja robe ili usluga, iznajmljivanja i slično odvija putem interneta. U današnjem digitalnom dobu, turisti sve češće koriste web trgovine za rezervaciju putovanja, kupnju suvenira i rezervaciju aktivnosti.

U Hrvatskoj web trgovinama se mogu baviti trgovci kao pravne osobe registrirane u sudskom registru trgovačkog suda, proizvođači kao fizičke ili pravne osobe registrirane za proizvodnju robe koju žele prodavati preko interneta i ostale fizičke i pravne osobe pod određenim uvjetima.

Prednost web trgovina omogućuje turistima da rezerviraju putovanja i aktivnosti u bilo koje vrijeme i bilo koji dan i iz bilo kojeg dijela svijeta. Mogu usporediti cijene i pronaći najbolje ponude iz udobnosti svog doma. Web trgovine mogu nuditi širi izbor proizvoda i usluga nego tradicionalne turističke agencije zbog većeg aspekta mogućnosti odabira i filtriranja.

Uz pravu strategiju i trud, online trgovina može biti odličan način da se proširi poslovanje i dođe do novih klijenata u Hrvatskoj. Također, web trgovina može pomoći turističkim poduzećima da povećaju prodaju svojih proizvoda i usluga direktno turistima. Turističke agencije mogu koristiti web trgovinu za prodaju paketa putovanja koji uključuju letove, hotele, najam automobila i razne aktivnosti, ali uz cjelokupnu uslugu turističke agencije mogu prodati uz usluge i putno osiguranje.

Primjer uspješnih web trgovina u turizmu su

- I. Booking.com – globalna platforma za rezervaciju hotela i smještaja i drugih sličnih mogućnosti
- II. Airbnb - platforma za iznajmljivanje privatnih smještaja
- III. Expedia – platforma za rezervaciju putovanja koja nude letove, hotele, najam vozila i slično.
- IV. TripAdvisor – stranica koja nudi rezervaciju hotela, restorana i ostalih sličnih atrakcija.

6.1. Zakoni E trgovine

Zakoni su namjenjeni za sve e-trgovine u Hrvatskoj koji žele osigurati rad u skladu s važećim zakonima.

Primjenjuju se sljedeći zakoni;

- I. Zakon o trgovini propisuje opće uvjete za trgovinu u Hrvatskoj, uključujući i online prodaju.
- II. Zakon o elektroničkoj trgovini je usredotočen je na specifične aspekte online prodaje, kao što su predugovorne informacije, zaštita potrošača i elektroničke transakcije.
- III. Zakon o zaštiti potrošača štiti potrošače u svim aspektima kupovine roba i usluga, uključujući i online transakcije.

Poštivanje zakona i propisa u web trgovini vezanoj uz turizam od ključne je važnosti za održavanje legalnog poslovanja, zaštitu potrošača i ugled Vaše ponude. Upoznavanje s relevantnim zakonima i pravilnim sprovođenjem istih doprinijeti će kvaliteti usluga i pozitivnom iskustvu turista.

6.2. Računovodstvo e-trgovine

Obavezan fiskalizirati jesu sve fizičke i pravne osobe koje se bave samostalnom djelatnošću i djelatnošću kao pravne osobe, a koje prodaju robu ili usluge putem interneta. Fiskalizacija jesu sva plaćanja za robu ili usluge kao naprimjer u turizmu, bez obzira na način plaćanja (gotovina, kartice, poduzeće i slično).

Fiskalizacija je zakonska obveza i neispunjavanje iste može rezultirati novačne kazne.

Osim fiskalizacije koja je jako bitna, postoje druge računovodstveni aspekti relevantni e-trgovine turizma u Hrvatskoj.

6.3. Online naplate

Izbor pravnih načina online plaćanja za turističku e-trgovinu u Hrvatskoj je ključan za privlačenje kupaca i uspješno poslovanje. Za e-trgovine je nužno omogućiti plaćanje karticama jer povećava povjerenje i konverziju.

Sve e-trgovine koje primaju plaćanje karticama moraju se pridržavati PCI DSS standarda. PCI DSS standard osigurava sigurnu obradu podataka o platnim karticama i štiti kupce od prijevара. Postoje dva pristupa za PCI DSS a to je preporučeni Webshop ne skladišti podatke karticama i sve se odvija preko payment gatewaya i manje preporučeni je wenshop direktno obrađuje podatke o karticama i mora proći dodatne procedure i provjere.

Postoji pouzdana autentifikacija klijneta (SCA) a to su sva online plaćanja u EU koja moraju koristiti SCA (Strong Customer Authentication) za verifikaciju kupca. SCA zahtjeva najmanje dva faktora autentifikacije (npr.lozinka, otisak prsta, koda na telefonu i slično). 3D Secure 2.0. (sigurnosni protokol za online plaćanje) može zadovoljiti SCA zahtjeve. Iako nije fokus online plaćanja, u turizmu se gotovina još uvijek često koristi, posebno za izlete i dodatne aktivnosti. Online plaćanje olakšava kupcima iz različitih zemalja da plaćaju u svojim valutama i na svom jeziku.

Zaključak

Implementacija e-trgovine i naprednih sustava plaćanja predstavlja neizbježan korak u daljnjem razvoju turističkog sektora. Kroz ove tehnološke inovacije, turističke tvrtke mogu poboljšati konkurentnost, prilagoditi se promjenjivim potrebama tržišta i unaprijediti iskustvo putovanja za svoje klijente. Sigurne i praktične transakcije omogućavaju putnicima veću fleksibilnost i povjerenje prilikom planiranja putovanja, dok personalizirane ponude i usluge osiguravaju zadovoljstvo i lojalnost korisnika. Stoga, ulaganje u e-trgovinu i sustave plaćanja postaje ključno za sve aktere u turističkoj industriji koji žele ostati konkurentni i osigurati uspjeh u digitalnom dobu putovanja. U konačnici, e-trgovina i napredni sustavi plaćanja ne samo da donose praktičnost i efikasnost u turistički sektor, već i potiču inovacije, poboljšavaju konkurentnost i prilagođavaju se suvremenim potrebama potrošača. Ovi alati postaju neophodni za turističke subjekte koji žele održati korak s brzim tempom digitalne transformacije i pružiti vrhunsko iskustvo svojim putnicima. Kroz kontinuirano usavršavanje i implementaciju novih tehnologija, turizam postaje sve privlačniji, pristupačniji i personaliziraniji, što rezultira boljim iskustvima putovanja i dugoročnim uspjehom industrije.

Bibliografija

1. Kako Milenijalci i Generacija Z oblikuju budućnost plaćanja | Monri WSPay (pristupljeno dana 14.04.2024.) <https://www.wspay.info/cd/318/kako-milenijalci-i-generacija-z-oblikuju-buducnost-placanja>
2. Mobilno plaćanje u turizmu i izazovi usklađivanja sa PSD2 regulativom | Monri WSPay (pristupljeno dana 21.04.2024.) <https://www.wspay.info/cd/254/mobilno-placanje-u-turizmu-i-izazovi-uskladivanja-sa-psd2-regulativom>
3. Mobilna blagajna Start - Monri Payments (pristupljeno dana 02.05.2024.) <https://monri.hr/proizvodi/start/>
4. monri.hr/wp-content/uploads/2024/02/ECR_katalog_2024.pdf (pristupljeno dana 02.05.2024.)
5. Novac kroz povijest | Povijest.hr (pristupljeno dana 16.04.2024.)
6. Platni promet – Wikipedija (wikipedia.org) (pristupljeno dana 21.04.2024.) https://hr.wikipedia.org/wiki/Platni_promet
7. Telegram https://www.telegram.hr/partneri/placanje-napojnica-karticom-i-izdavanje-racuna-u-sumi-razgovarali-smo-sa-strucnjakom-o-novim-trendovima-na-trzistu?utm_medium=email&utm_source=hs_email&utm_campaign=p2ANqtz-_GmkfVF_WYj852K_IaaSC13uMnmgxvNV_ZHg-x9jEX1I3O74HmPtywfKSSj4scvDANNEvMs_LUvrWNW1dmgG8gHDIUKVwbGilbVaayrZSdff4kkls&utm_content=2&utm_source=hs_email (pristupljeno dana 14.04.2024)
8. Trgovačka blagajna Thor - Monri Payments (pristupljeno dana 02.05.2024.) <https://monri.hr/proizvodi/thor/>
9. Ugostiteljska blagajna Smart - Monri Payments (pristupljeno dana 02.05.2024.) <https://monri.hr/proizvodi/start/>
10. Ugostiteljska blagajna Remaris - Monri Payments (pristupljeno dana 02.05.2024.) <https://monri.hr/proizvodi/remaris/>
11. Vodič-za-pokretanje-webshopa-eCommerce-Hrvatska-2020-1-1.pdf (it-podrska.hr) (pristupljeno dana 05.05.2024) <https://it-podrska.hr/>

Popis ilustracija

| | |
|--|----|
| Slika 1 .Plemeniti mental | 4 |
| Slika 2 .Puževa kućica | 5 |
| Slika 3. Novac u obliku alata | 6 |
| Slika 4. Kovanice | 7 |
| Slika 5. Kreditna kartica | 8 |
| Slika 6. Bitcoin | 9 |
| Slika 7. Kartice za plaćanje..... | 17 |
| Slika 8. Monri i njegove vrste blagajni..... | 20 |
| Slika 9. Remaris blagajna | 21 |
| Slika 10. Smart blagajna | 23 |
| Slika 11. THOR blagajna..... | 24 |
| Slika 12. START blagajna..... | 26 |
| Slika 13. Shema transakcija | 28 |
| Slika 14. Peimjer ulogiravanja u sučelje..... | 29 |
| Slika 15. Sustav za poziv za plaćanje | 30 |
| Slika 16. Shema tijeka rezervacija..... | 35 |
| Slika 17. CIT transakcija i preuzimanje vozila..... | 36 |
| Slika 18. Postupak rental industrije | 37 |
| Slika 19. Plaćanje karticom | 38 |
| Slika 20. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni REMARIS..... | 41 |
| Slika 21. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni THOR..... | 42 |
| Slika 22. Dodavanje ovlasti na djelatnike u blagajni SMART | 43 |
| Slika 23. Dodavanje ovlasti na primanje napojnica u blagajni SMART | 43 |
| Slika 24. Primjer storno napojnice..... | 44 |
| Slika 25. Primjer primanje napojnica na POS uređaju | 44 |
| Slika 26. Opcije odabira iznosa napojnica na POS uređaju..... | 45 |
| Slika 27. Primjer računa..... | 46 |
| Slika 28. Primjer naplaćenog | 46 |
| Slika 29. Primjer napojnica na terminal..... | 47 |
| Slika 30. Rekapitulacija napojnica po načinu plaćanja..... | 48 |
| Slika 31. Primjer napojnice po konobarima..... | 49 |
| Slika 32. Odabir iznos napojnice | 50 |
| Slika 33. Kontrola primljene napojnice | 50 |
| Slika 34. Pregledanik napojnica po konobarima | 51 |
| | |
| Graf 1. Usporedba Milenijalci i Generacije Z | 11 |
| Graf 2. Analiza plaćanja mlađe generacije | 14 |
| Graf 3. PSD2 regulativa u razdobljima..... | 32 |
| Graf 4. Način i popularnost plaćanja | 33 |
| Graf 5. Prikaz plaćanja kreditni karticama po državama..... | 33 |
| Graf 6. Primjer mobilnog plaćanja po državama..... | 34 |