

Utjecaj turizma na kretanje cijena nekretnina i stvaranje "nekretninskog balona" - primjer Republike Hrvatske

Turkalj, Marko

Master's thesis / Diplomski rad

2023

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **University of Zagreb, Faculty of Economics and Business / Sveučilište u Zagrebu, Ekonomski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:528593>

Rights / Prava: [Attribution-NonCommercial-ShareAlike 3.0 Unported / Imenovanje-Nekomercijalno-Dijeli pod istim uvjetima 3.0](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2025-01-08**



Repository / Repozitorij:

[REPEFZG - Digital Repository - Faculty of Economics & Business Zagreb](#)



Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija – smjer

Analiza i poslovno planiranje

**UTJECAJ TURIZMA NA KRETANJE CIJENA
NEKRETNINA I STVARANJE „NEKRETNINSKOG
BALONA“ – PRIMJER REPUBLIKE HRVATSKE**

Diplomski rad

Marko Turkalj

Zagreb, veljača, 2023.

Sveučilište u Zagrebu

Ekonomski fakultet

Integrirani preddiplomski i diplomski sveučilišni studij Poslovna ekonomija – smjer

Analiza i poslovno planiranje

**UTJECAJ TURIZMA NA KRETANJE CIJENA
NEKRETNINA I STVARANJE „NEKRETNINSKOG
BALONA“ – PRIMJER REPUBLIKE HRVATSKE**

**THE IMPACT OF TOURISM ON THE MOVEMENT OF
REAL ESTATE PRICES AND THE CREATION OF A „REAL
ESTATE BUBBLE“ – THE EXAMPLE OF CROATIA**

Diplomski rad

Student: Marko Turkalj, 0067569790

Mentor: Izv. prof. dr. sc. Antonio Vlahov

Zagreb, veljača, 2023.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

Izjavljujem i svojim potpisom potvrđujem da je završni/diplomski/specijalistički rad, odnosno doktorska disertacija isključivo rezultat mog vlastitog rada koji se temelji na mojim istraživanjima i oslanja se na objavljenu literaturu, a što pokazuju korištene bilješke i bibliografija. Izjavljujem da nijedan dio rada nije napisan na nedozvoljen način, odnosno da je prepisan iz necitiranog rada, te da nijedan dio rada ne krši bilo čija autorska prava. Izjavljujem, također, da nijedan dio rada nije iskorišten za bilo koji drugi rad u bilo kojoj drugoj visokoškolskoj, znanstvenoj ili obrazovnoj ustanovi.

Student/ica:

U Zagrebu, _____

(potpis)

Sažetak

Pristupačnost stanovanja jedna je od temeljnih socijalnih čimbenika koja značajno utječe na kvalitetu života stanovnika jedne zemlje. Mogućnost kupnje stambenih jedinica po pristupačnim cijenama podrazumijeva čitav niz ekonomskih koristi poput veće potrošnje u lokalnim zajednicama, manjeg broja iseljavanja stanovništva i većeg broja radnih mjesta te naposljetku zdravije ekonomije zemlje. U Republici Hrvatskoj prisutan je trend niske pristupačnosti stanovanja s obzirom na kontinuirani rast cijena nekretnina. Takav trend nastao je kombinacijom djelovanja različitih tržišnih fenomena od kojih se najviše ističe turizam. Atraktivni turistički resursi i kvalitetan geografski položaj učinio je Republiku Hrvatsku jednom od vodećih europskih destinacija. Uz sve veći broj posjetitelja i rastuću turističku potražnju emitivnih zemalja, mnogi su prepoznali djelatnost iznajmljivanja privatnog smještaja kao profitabilnu industriju. Međutim, pretjerana specijalizacija i usmjerenost isključivo na djelatnost iznajmljivanja privatnog smještaja čini zemlju ovisnu o jednoj industriji te može rezultirati negativnim učinkom na lokalno stanovništvo. Kao zemlja u kojoj su stanovnici uglavnom vlasnici nekretnine u kojoj žive, postoji velika opasnost od naglog pada vrijednosti nekretnine u slučaju sloma tržišta. U slučaju stambenog kreditiranja, vlasnici će plaćati više na hipotekama nego što su njihove stambene jedinice vrijedile. Nemogućnost plaćanja hipoteke će rezultirati ovrhom i gubitkom doma te naposljetku bankrotom. U Republici Hrvatskoj su cijene na tržištu nekretnina, uz turizam, pod utjecajem nekoliko čimbenika poput kamatnih stopa, subvencioniranih stambenih kredita te poreznog i zakonodavnog okvira. Kao rezultat djelovanja ovih čimbenika stvorilo se okruženje visokih cijena nekretnina i najma istih, narušavajući pristupačnost stanovanja, čime se dovodi u pitanje prisutnost nekretninskog balona na tržištu Republike Hrvatske. Kroz rad su, uz turizam, definirani međuovisni čimbenici koji doprinose stvaranju krize, stvarajući negativne posljedice za lokalno stanovništvo. Hipoteza o postojanju nekretninskog balona testirana je metodama strojnog učenja te su iznesene smjernice za osiguranje održivog razvoja.

Ključne riječi: tržište nekretnina, balon, turizam, Republika Hrvatska

Summary

Housing affordability is one of the fundamental social factors that significantly affects the quality of life of the inhabitants of a country. The possibility of buying housing units at affordable prices implies a whole series of economic benefits, such as higher consumption in local communities, fewer emigration of the population and more jobs, and ultimately a healthier economy of the country. In the Republic of Croatia, there is a trend of low housing affordability due to the continuous rise in real estate prices. Such a trend was created by a combination of different market phenomena, of which tourism stands out the most. Attractive tourist resources and high-quality geographical location have made the Republic of Croatia one of the leading European destinations. With the increasing number of visitors and the growing tourist demand of the emitting countries, many have recognized the activity of renting private accommodation as a profitable industry. However, excessive specialization and focus exclusively on the activity of renting private accommodation makes the country dependent on one industry and can result in a negative effect on the local population. As a country where residents mostly own the property they live in, there is a great danger of a sudden drop in property value in the event of a market crash. In the case of housing loans, owners will pay more on mortgages than their housing units were worth. Failure to pay the mortgage will result in foreclosure and loss of the home and eventually bankruptcy. In the Republic of Croatia, prices on the real estate market, along with tourism, are influenced by several factors such as interest rates, subsidized housing loans, and the tax and legislative framework. As a result of the action of these factors, an environment of high real estate prices and rent was created, disrupting the affordability of housing, thus calling into question the presence of a real estate bubble on the market of the Republic of Croatia. Through the work, in addition to tourism, interdependent factors that contribute to the creation of the crisis, creating negative consequences for the local population, were defined. The hypothesis of the existence of a real estate bubble was tested using machine learning methods, and guidelines for ensuring sustainable development were presented.

Keywords: real estate market, bubble, tourism, Republic of Croatia

Sadržaj

1. Uvod	1
1.1. Predmet i cilj rada.....	1
1.2. Metode i načini prikupljanja podataka	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
2. Opća obilježja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj.....	4
2.1. Povijesni pregled transakcija.....	6
2.1.1. Stanovi i apartmani.....	11
2.1.2. Obiteljske kuće.....	14
2.1.3. Građevinska zemljišta	18
2.1.4. Poljoprivredna zemljišta.....	21
2.2. Segmentacija potražnje na tržištu nekretnina.....	26
2.2.1. Demografski kriteriji	26
2.2.2. Geografski kriteriji	30
2.2.3. Socioekonomski kriteriji	32
2.2.4. Kulturni kriteriji	38
2.2.5. Psihološki kriteriji	39
2.2.5.1. Investicijska perspektiva	39
2.2.5.2. Rezidencijalna perspektiva	41
2.3. Stambeno kreditiranje u Republici Hrvatskoj	43
2.3.1. Institucije stambenog financiranja	43
2.3.2. Hipotekarni kredit	43
2.3.3. Subvencionirani stambeni krediti.....	46
3. Utjecaj turizma na cijene nekretnina u Republici Hrvatskoj.....	50
3.1. Osnovni pokazatelji turističkog prometa u Republici Hrvatskoj	51
3.2. Učinak turizma na pristupačnost stanovanja.....	57
3.2.1. Turistička gentrifikacija	57
3.2.2. Održivi razvoj u turizmu	61
3.2.3. Zakonodavni i porezni okvir u turizmu u Republici Hrvatskoj	66
3.2.3.1. Zakonodavstvo i obveze privatnog iznajmljivača.....	68
3.2.3.2. Porez na promet nekretnina.....	71
4. Identifikacija prisutnosti „nekretninskog balona“ primjenom metode linearne regresije	72
4.1. Baza podataka.....	72
4.2. Primjena modela linearne regresije	73
4.3. Kritički osvrt na provedeno istraživanje	76
5. Zaključak	77
Popis literature.....	80

Popis grafikona.....	89
Popis tablica.....	91
Popis slika.....	92
Životopis autora.....	93

1. Uvod

Tijekom prošlog desetljeća Hrvatska je doživjela visok rast cijena nekretnina, djelomično potaknut oslanjanjem zemlje na turizam i rastućom potražnjom za stanovima u urbanim područjima. Ovaj je trend pridonio krizi dostupnosti stanova, pri čemu si mnogi građani ne mogu priuštiti kupnju ili najam domova, a također je učinio tržište nekretnina u zemlji vrlo osjetljivim na fluktuacije turističke potražnje. Kao rezultat toga, kreatori politika u Hrvatskoj suočavaju se sa značajnim izazovima u osiguravanju održivosti tržišta nekretnina na dugi rok. Kao važan doprinos gospodarstvu zemlje, turizam koristi vrijedne nacionalne resurse i stvara prilike za zapošljavanje hrvatskih građana. Međutim, održivost razvoja turizma upitna je zbog ograničene prirode resursa, osobito onog najvrjednijeg, prostora, koji pretjeranom turističkom aktivnošću biva ugrožen. S obzirom na ovisnost Republike Hrvatske o turizmu, građevinski sektor ima ključnu ulogu u zadovoljavanju potražnje za turističkim smještajem. Uz visoku razinu tržišne aktivnosti i povoljne financijske i administrativne uvjete, koji su doprinijeli sve većoj potražnji za stambenim jedinicama, postoji zabrinutost zbog prisutnosti balona nekretnina koji može ostaviti velike posljedice za zajednicu. Ovaj rad ima za cilj identificirati čimbenike koji doprinose stvaranju potencijalnog nekretninskog balona i njihov utjecaj na održivi razvoj turizma i dobrobit lokalne zajednice. Metodama strojnog učenja testira se hipoteza o postojanju nekretninskog balona i daju se smjernice za osiguranje održivog razvoja u turističkoj industriji. Studija se oslanja na relevantnu literaturu iz turizma, financija i strojnog učenja, kao i na službena izvješća, publikacije i zakonodavstvo.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovog rada je dubinska analiza tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj te međuovisnost aktivnosti turizma i tržišta nekretnina. Turizam, kao ključna grana gospodarstva, upotrebljava vrijedne nacionalne resurse poput kulture, voda i zemlje te aktivirajući iste, stvara radna mjesta za građane Republike Hrvatske. S obzirom na to da su nacionalni resursi oskudni i ograničeni, dovodi se u pitanje održivost razvoja turizma u Republici Hrvatskoj. Turizam također utječe i na događanja u okolišu te na stvaranje prirodne ravnoteže što dodatno naglašava važnost provođenja politike održivog razvoja. Hrvatska kao receptivna zemlja značajno ovisi o ponudi smještaja za turiste. Prema tome, naglašava se važnost građevinskog sektora u međuovisnosti s turizmom. S obzirom na visoku tržišnu aktivnost, uz povoljne nacionalne i globalne financijske i olakšane administrativne uvjete, postavlja se pitanje prisutnosti nekretninskog balona na

tržištu nekretnina. Glavni cilj rada jest ukazati na čimbenike koji direktno utječu na stvaranje nekretninskog balona u Republici Hrvatskoj narušavajući socijalno blagostanje lokalnog stanovništva kao i provedbu održivog razvoja turizma. Hipoteza o postojanju potencijalnog nekretninskog balona je ispitana metodom strojnog učenja te su iznesene smjernice pomoću kojih je moguće osigurati održivi razvoj u turizmu te očuvanje blagostanja lokalnog stanovništva.

1.2. Metode i načini prikupljanja podataka

Prilikom izrade rada korištena je stručna literatura iz područja turizma, financija i strojnog učenja na hrvatskom i engleskom jeziku u vidu knjiga, stručnih članaka i publikacija. Također su korišteni i nastavni materijali te ostali izvori informacija dostupni putem interneta, poput standarda, zakona i izvještaja. U radu su korištene sljedeće metode: induktivna metoda pomoću koje se na temelju činjenica dolazi do zaključka o općem sudu. Deduktivna metoda kojom se iz općih sudova izvode pojedinačni zaključci. Osim navedenih, korištena je metoda linearne regresije koja se obično koristi za uspostavljanje odnosa između dvije varijable, zavisne i jedne ili više varijabilnih. Rezultat metode je matematička jednadžba koja se može koristiti za procjenu cijena stanova na temelju vrijednosti nezavisnih varijabli, u ovom slučaju broja prodanih nekretnina i kamatnih stopa.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Rad je sačinjen od 4 poglavlja. U prvom poglavlju je objašnjena svrha, predmet i cilj rada te metode koje su korištene prilikom izrade rada. U drugom poglavlju je napravljen detaljan pregled tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj. Izvršena je analiza povijesnih podataka transakcija za cjelokupan teritorij Republike Hrvatske te po jedinicama lokalne samouprave. Napravljena je segmentacija tržišta nekretnina koja daje precizniji uvid u potražnju za nekretninama. Segmentacija je izvršena prema 5 kriterija; demografskim, geografskim, socioekonomskim, kulturnim te psihološkim. U istom poglavlju napravljen je pregled stambenog kreditiranja u Republici Hrvatskoj koji uključuje institucije koje pružaju uslugu stambenog kreditiranja, namjenu istih te uvjete po kojima ih je moguće dobiti. Treće poglavlje prikazuje međuovisnost turizma i tržišta nekretnina. Provodi se analiza osnovnih turističkih pokazatelja, tržišnih trendova ponude i potražnje za nekretninama te je napravljen pregled

zakonodavnog i poreznog okvira poslovanja u turizmu za Republiku Hrvatsku. Četvrto poglavlje podrazumijeva identifikaciju prisutnosti „nekretninskog balona“ primjenom metoda strojnog učenja, u ovom slučaju metodom linearne regresije. Razne ekonometrijske tehnike mogu biti od pomoći u predviđanju kriza te prema tome, korištene metode će dati projekciju trenda cijena nekretnina za nadolazeće razdoblje te dati odgovor na pitanje postojanja nekretninskog balona u Republici Hrvatskoj te mogućnost potencijalne krize. Nakon provedenog empirijskog istraživanja i protumačenih rezultata, u 5. poglavlju iznesen je zaključak rada.

2. Opća obilježja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj

Tržište nekretnina u Hrvatskoj sačinjava raznolika ponuda nekretnina, uključujući stambene, poslovne i industrijske nekretnine. Vrijednost transakcija stambenih nekretnina u Hrvatskoj činila je 65,8 posto ukupnih transakcija nekretnina u 2021. godini, dok je vrijednost transakcija poslovnih nekretnina činila 4,1 posto, a transakcije industrijskih nekretnina su činile 29,7%¹. Promatrajući glavne sudionike na tržištu, izvođači radova, agenti za nekretnine i investitori igraju značajnu ulogu u oblikovanju tržišta. Graditelji su odgovorni za izgradnju i prodaju novih nekretnina, dok agenti za nekretnine pomažu u olakšavanju kupnje i prodaje nekretnina. Ulagачi, uključujući domaće i strane ulagače, također imaju značajnu ulogu na tržištu, posebice u komercijalnom sektoru. Vrijednost transakcija nekretnina u Hrvatskoj dosegla je razinu od 44,5 milijardi kuna (5,9 milijardi eura) 2007. godine, prije nego što je zabilježila pad tijekom svjetske financijske krize. Od tada se tržište potpuno oporavilo, a vrijednost transakcija dosegla je rekordnih 54,5 milijardi kuna (7,2 milijarde eura) u 2021. Rezidencijalni sektor čini najveći udio na tržištu nekretnina u Hrvatskoj, a obiteljske kuće i stanovi su najčešći tipovi nekretnina. Broj transakcija stambenih nekretnina u Hrvatskoj dosegao je broj od 26.824 u 2007. godini, prije nego što se smanjio tijekom financijske krize². Od tada se broj transakcija potpuno oporavio, dosegnuvši 44.925 u 2021. Komercijalni sektor čini značajan udio na tržištu nekretnina u Hrvatskoj, a poslovne zgrade, prodajni prostori i skladišta su najčešći tipovi nekretnina. Prema podacima EIZ-u, broj transakcija poslovnih nekretnina u Hrvatskoj u 2012. godini iznosio je 11.049 transakcija, nakon čega se smanjuje na razinu 9.620 u 2021. godini. Zemljišta zauzimaju sve veći udio tržišta nekretnina u Hrvatskoj s građevinskim zemljištima kao najčešćim oblikom zemljišta nakon kojeg slijede poljoprivredna te šumska zemljišta. Prema EIZ-u, vrijednost prodanih zemljišta u 2012. je iznosila 3,2 milijarde HRK (425 milijuna EUR, prije nego što je zabilježila rast te dosegla iznos od 16,2 milijarde HRK (2,15 milijardi EUR). Postoji nekoliko faktora koji znatno utječu na tržište nekretnina u Hrvatskoj. To su ekonomski uvjeti tj. ukupna snaga Hrvatske ekonomije koja može utjecati na veću ili manju potražnju za nekretninama ovisno o gospodarskoj situaciji. U trenucima ekonomskog rasta može postojati veća potražnja za nekretninama s obzirom na to da potrošači uživaju sigurniju financijsku perspektivu i imaju više sredstva za ulaganje u nekretninu. Takva situacija može dovesti do porasta cijena na tržištu nekretnina. S druge strane, u trenucima ekonomske stagnacije, može doći do smanjene potražnje za nekretninama s obzirom na to da su potrošači oprezniji i nalaze

¹ Vizek, M. et al. (2021). *Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske*. Peto izdanje. Zagreb: Ekonomski institut

² Vizek, M. et al. (2021). op.cit.

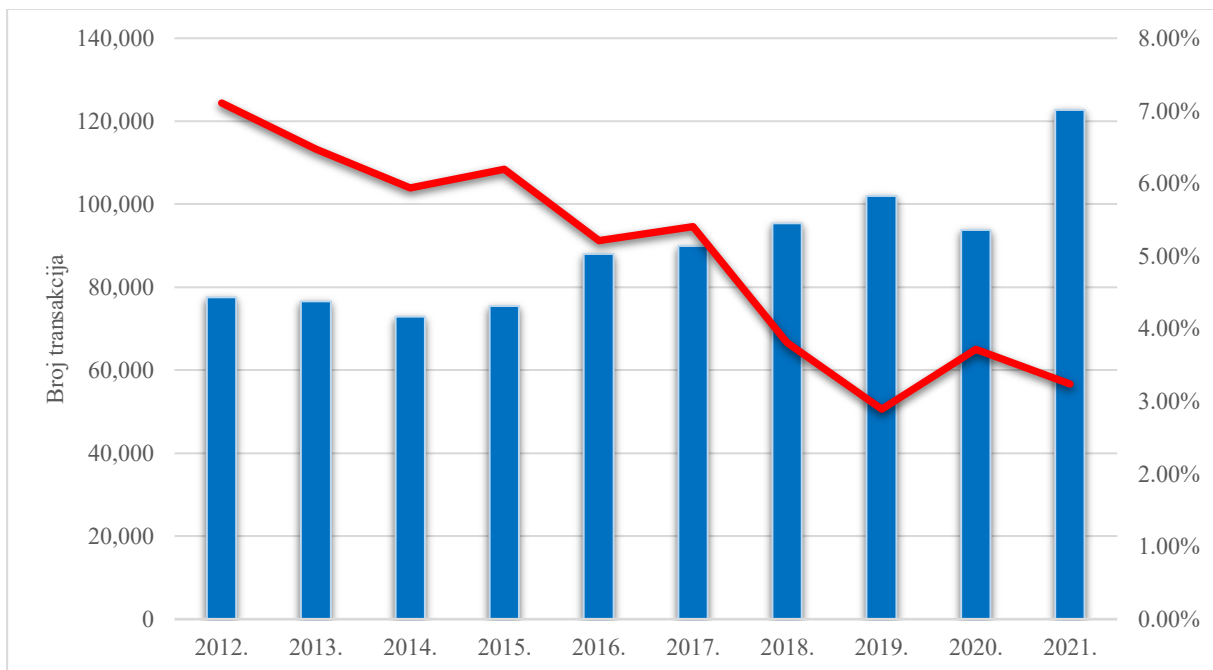
su u nepovoljnijoj situaciji za korištenje hipotekarnog kredita. Takva situacija može dovesti do smanjena razina cijena na tržištu nekretnina. Kamatne stope također utječu na tržište nekretnina u Hrvatskoj. U trenucima niskih kamatnih stopa, hipotekarni krediti su pristupačniji što dovodi do povećane potražnje te posljedično do rasta cijena na tržištu. S druge strane, u trenucima visokih kamatnih stopa, hipotekarni krediti su manje pristupačni što smanjuje potražnju za nekretninama te stvara pritisak na cijene. Ulogu na tržištu nekretnina imaju i demografski čimbenici tj. promjene u populacijskoj strukturi. Primjerice, u slučaju rasta broja obitelji s djecom, rasti će potražnja za obiteljskim kućama s većim dvorištem ili za apartmanima s većim brojem spavaćih soba. U kontrastu, ako postoji trend starenja stanovništva, može doći do veće potražnje za manjim, lakše održivim jedinicama stanovanja. Osim spomenutih, bitan faktor na tržištu nekretnina je ravnoteža ponude i potražnje. U trenucima postojanja veće potražnje popraćene niskom ponudom, doći će do porasta cijena jer se potrošači nadmeću za ograničen broj nekretnina. Obratno, ako postoji niska potražnja popraćena visokom ponudom, cijene će potencijalno pasti s namjerom privlačenja kupaca. Promjene državnih politika također znatno utječu na tržište nekretnina³. Izmjene poreznih politika poput povećanja stopa poreza na dodanu vrijednost na transakcije nekretnina može utjecati na mogućnost kupnje ili prodaje te tako utjecati na ukupnu potražnju za nekretninama. Osim poreznih politika, regulacije poput građevinskih propisa i geografske restrikcije mogu imati učinak na pristupačnost i poželjnost određenih tipova nekretnina. Što se tiče specifičnosti tržišta nekretnina u Hrvatskoj, valja napomenuti da zemlja ima veliku turističku industriju, što može utjecati na potražnju za kućama za odmor i drugim vrstama nekretnina. Osim toga, Hrvatska ima dugu obalu i mnogo otoka, što nekretnine uz obalu može učiniti posebno poželjnim. Konačno, zemlja ima raznolik raspon dostupnih nekretnina, uključujući stanove, kuće i vile, koje se mogu svidjeti širokom krugu kupaca.

³ Yadav, S. i Etoria, R. (2019). Impact of Government Policies on Real Estate Consuming Buying Behaviour. *International Journal of Trade and Commerce-IIARTC*, 8(1), str. 176.

2.1. Povijesni pregled transakcija

Tržište nekretnina u Hrvatskoj posljednjih je godina u rastu, uz sve veći broj transakcija diljem zemlje posebice nekretnina na obali, kao što su kuće i apartmani uz plažu, koji su popularni zbog duge hrvatske jadranske obale i rastuće turističke industrije. U ovom poglavlju napravljen je detaljan pregled transakcija na tržištu nekretnina u Republici Hrvatskoj za period od 2012. do 2021. godine. Prvi grafikon koji slijedi prikazuje korelaciju ukupnog broja transakcija u Republici Hrvatskoj i kamatne stope na dugoročne kredite kroz promatrano razdoblje.

Grafikon 1. Ukupan broj kupoprodajnih transakcija te kamatna stopa na stambene kredite u EUR u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [10. studenog 2022.]

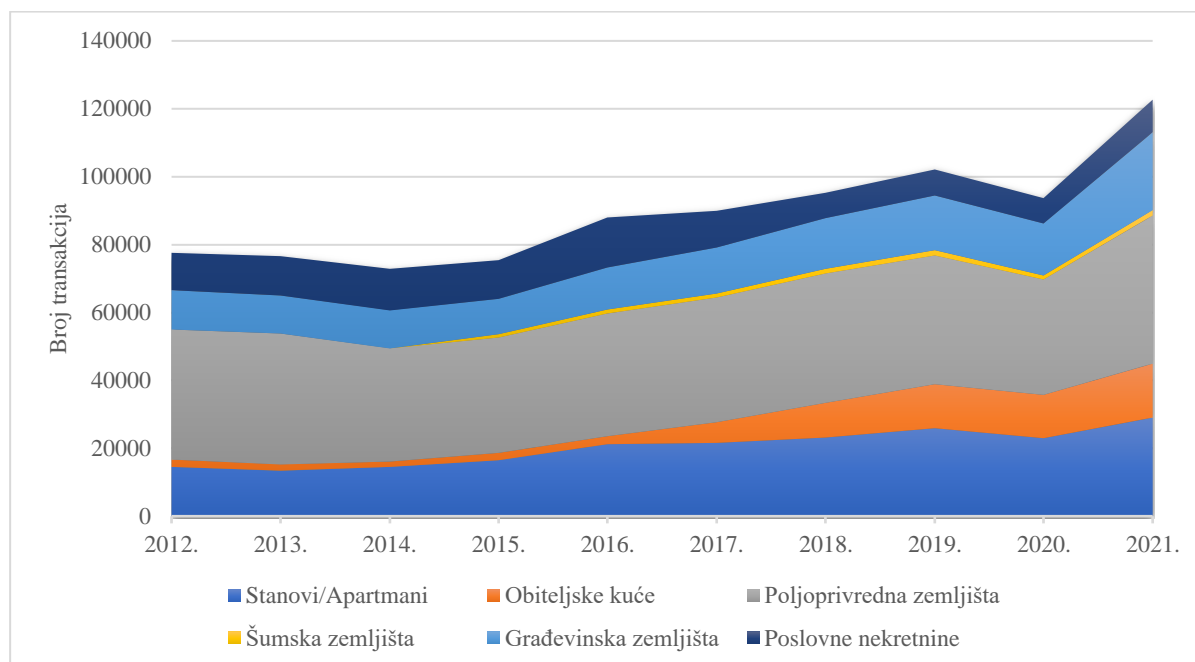
Grafikon prikazuje prisutnost rastućeg trenda broja kupoprodajnih transakcija u Republici Hrvatskoj te konstantno smanjenje dugoročne kamatne stope. Osim kamatne stope, na tržište nekretnina u Republici Hrvatskoj znatno utječu ekonomski uvjeti, demografski trendovi, ponuda i potražnja te vladine politike. U periodu od 2012. do 2014. godine broj transakcija se smanjio za 6% kao rezultat dugoročnih posljedica velike ekonomske krize, dok je od 2015. godine do 2019. ukupan broj transakcija narastao za 35% uz istovremeno smanjenje dugoročnih kamatnih stopa. Razlog tomu je bila prilagodljiva monetarna politika, niži fiskalni rizici i

poboljšani gospodarski izgledi te intervencije HNB-a na tržištu državnih vrijednosnih papira kao rezultat pritiska koji je nastao iz globalnih kretanja kamatnih stopa. Važno je napomenuti kako je Hrvatska postala članicom Europske unije 1. srpnja 2013. godine. Tim povodom, nacionalna tijela su bila primorana poduzeti mjere kako bi se ispunili propisani kriteriji konvergencije prema Ugovoru iz Maastrichta. Kriteriji konvergencije postavljeni su za mjerenje napretka u spremnosti zemalja za uvođenje eura, a definirani su kao skup makroekonomskih pokazatelja koji se usredotočuju na: stabilnost cijena, zdrave javne financije, stabilnost tečaja i dugoročne kamatne stope⁴. Kao rezultat vladinih politika za ostvarenje kriterija konvergencije, stvorili su se povoljni uvjeti za kupnju nekretnine što se i očitovalo velikim rastom kupoprodajnih transakcija u promatranom periodu. U 2020. godini došlo je do globalne pandemije COVID-19 koja je uzrokovala smanjenje broja kupoprodajnih transakcija za 8,2%. Kao odgovor na pandemiju COVID-19, mnoge su zemlje provele mjere kao što su karantene, ograničenja putovanja i paketi poticaja kako bi podržale svoja gospodarstva. Ove su mjere osmišljene kako bi se usporilo širenje virusa i ublažio ekonomski učinak pandemije⁵. Vlada je tijekom 2020. godine provela niz mjera za potporu poduzećima i radnicima pogođenima pandemijom COVID-19, uključujući privremene subvencije plaća i porezne olakšice. Kao članica Europskog sustava središnjih banaka, HNB je implementirala monetarnu politiku Europske središnje banke, uključujući smanjenje kamatnih stopa, u Hrvatskoj. Već sljedeće, 2021. godine, dolazi do drastičnog rasta kupoprodajnih transakcija za 31% s obzirom na kontinuirano niske kamatne stope i ostale faktore koji izravno utječu na povećanje potražnje te gospodarski oporavak nakon pandemije. Nadalje, zbog prirode posljedica, postoji mogućnost da je pandemija COVID-19 utjecala na potrošače koji su u trenucima karantene imali vremena razmisliti o svojoj životnoj situaciji i potencijalnoj promjeni okruženja u kojem se nalaze. Također, velik broj potrošača COVID-19 pandemiju vidi kao priliku u krizi, investirajući u nekretninu s obzirom na percepciju niskih cijena. Osim toga, pandemija je potencijalno odgodila planove potrošača za kupovinu nekretnine što se može bitno manifestiralo na masovnoj kupovini nakon pandemije. Također, važno je napomenuti pojavu subvencioniranih kredita kućanstvima koji direktno utječu na povećanje potražnje za kupovinom nekretnine, s obzirom na to da su transakcije nekretnina velikim dijelom financirane dugom.

⁴ Europska komisija (2022). *Convergence criteria for joining*. [online] Dostupno na: https://economy-finance.ec.europa.eu/euro/enlargement-euro-area/convergence-criteria-joining_en [12. prosinca 2022.]

⁵ Međunarodni monetarni fond (2022). *Policy responses to Covid-19*. [online] Dostupno na: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19> [12. prosinca 2022.]

Grafikon 2. Pregled broja kupoprodajnih transakcija po vrsti nekretnine u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.

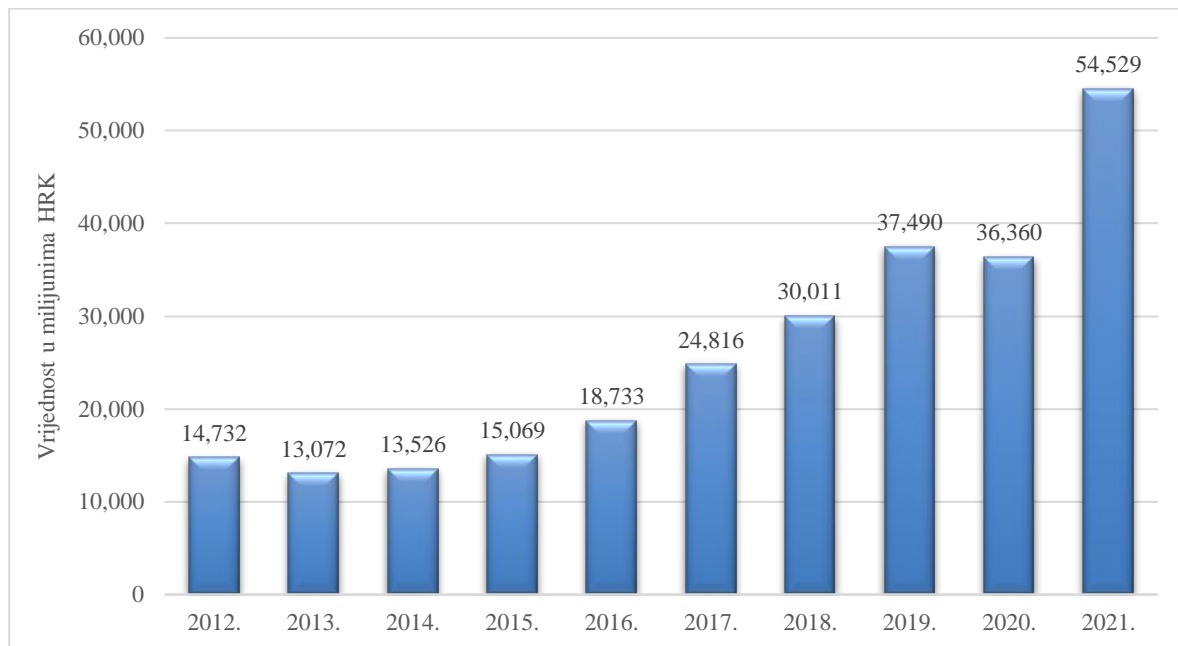


Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [10. studenog 2022.]

U 2021. godini ostvareno je ukupno 122.687 transakcija od čega se 36% kupoprodaja odnosi na poljoprivredna zemljišta. S obzirom na cijene poljoprivrednih zemljišta i široku rasprostranjenost primarne djelatnosti u gospodarstvu, poljoprivredna zemljišta očekivano većinski sudjeluju u ukupnom broju kupoprodajnih transakcija. Stanovi i apartmani ukupno čine 24% kupoprodaja te građevinska zemljišta s 19% udjela u ukupnom broju transakcija. U promatranom razdoblju vidljiv je trend povećanja potražnje i broja kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća koje u periodu od 2016. do 2021. rastu za 580%. Osim obiteljskih kuća, dolazi do rasta potražnje za građevinskim zemljištem čiji broj transakcija u periodu od 2012. do 2021. raste za 92%. Krajem 2013. godine Vlada Republike Hrvatske je provela novi Zakon o gradnji⁶. Vlada je poduzećima olakšala dobivanje građevinskih dozvola pojednostavljivanjem procesa podnošenja zahtjeva i smanjenjem birokracije. Namjera je bila da se tvrtkama olakša ulaganje u nekretnine i građevinske projekte. Ulaskom Hrvatske u Europsku uniju i smanjenjem birokracije, uz povijesno niske kamatne stope, investicijska klima u Hrvatskoj je dobila pozitivan zamah što se manifestira rastom potražnje za građevinskim zemljištem.

⁶ Narodne novine (2013) *Zakon o gradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d.

Grafikon 3. Vrijednost ukupno ostvarenih kupoprodajnih transakcija u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.

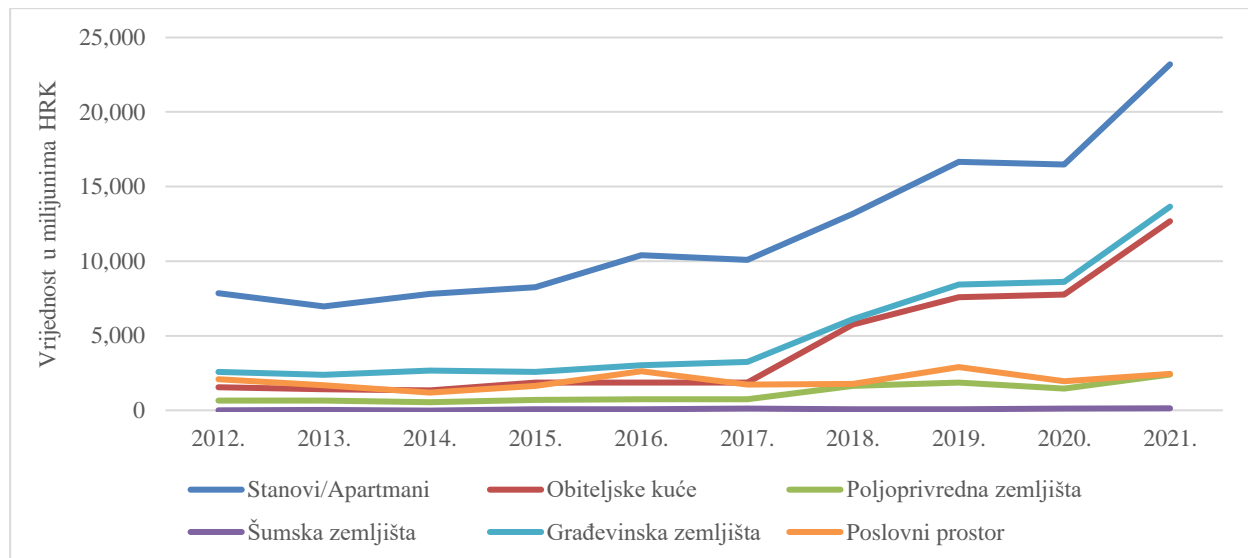


Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [10. studenog 2022.]

U promatranom razdoblju za period 2012. – 2016. vrijednost ostvarenih kupoprodajnih transakcija se nije pretjerano mijenjala te iznosi između 14.7 milijardi HRK i 18.7 milijardi HRK. Nakon toga slijedi značajniji porast od 32% sa 18.7 milijardi HRK u 2018. godini na 24.8 milijardi HRK u 2017.. Trend se nastavlja i u 2018. godini koja bilježi rast od 21% s vrijednošću kupoprodaja u iznosu od 30 milijardi HRK. Do povećanja vrijednosti ostvarenih kupoprodaja dolazi zbog rasta broja transakcija uz istovremeno povećanje cijena jedinica na tržištu nekretnina. Smanjenje vrijednosti transakcija od 3% u 2020. je posljedica pandemije COVID-19 što je rezultiralo smanjenom aktivnošću i brojem kupoprodaja na tržištu nekretnina za 8,2% uz istovremeni porast cijena nekretnina. Bez obzira na utjecaj globalne pandemije, vrijednost ostvarenih kupoprodajnih transakcija za 2020. godinu je i dalje visoka. U 2021. godini zabilježen je rast vrijednosti kupoprodaja od 50% u odnosu na prethodnu godinu dok rast broja kupoprodaja za to razdoblje iznosi 31% što jasno ukazuje na rast cijena. Kompletano promatrano razdoblje od 10 godina bilježi rast vrijednosti kupoprodajnih transakcija za 40 milijardi HRK odnosno 270%. Prema Tablici 3. može se zaključiti da postoji trend konstantnog povećanja potražnje uz istovremeni rast cijena na tržištu nekretnina. Kao što je ranije spomenuto, u promatranom periodu kamatne stope su bilježile rekordno niske iznose; s obzirom na veliku likvidnost banaka, dio stanovništva se zaduživalo po niskim stopama te odlučilo

uložiti u nekretninu umjesto držanja depozita u financijskim institucijama koji imaju negativnu stopu povrata⁷.

Grafikon 4. Vrijednost ukupno ostvarenih kupoprodajnih transakcija po vrsti nekretnine u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Pregled Grafikona prikazuje vrijednost ostvarenih kupoprodajnih transakcija po vrsti nekretnine za razdoblje 2012. – 2021. godine. Period od 2012. do 2015. godine ne bilježi veće promjene, međutim, 2016. godina bilježi rast vrijednosti kupoprodajnih transakcija stanova i apartmana za 26%. Razlog tomu je povećanje broja kupoprodajnih transakcija za 28% tj. gotovo 5.000 transakcija. Od 2017. godine do 2021. postoji trend rasta vrijednosti ostvarenih kupoprodaja za stanove i apartmane, obiteljske kuće te građevinska zemljišta. Od 2019. do 2020. godine nema pretjeranog rasta kao rezultat utjecaja pandemije COVID-19 koja je smanjila aktivnost na tržištu nekretnina. S druge strane, od 2020. do 2021. zabilježen je najveći rast spomenutih vrsta nekretnina zahvaljujući naglom porastu cijena. Ukupan efekt koji je nastao u promatranom razdoblju je rast vrijednosti ostvarenih kupoprodajnih transakcija stanova i apartmana za 15,3 milijardi HRK tj. 195%, obiteljskih kuća za 11,1 milijardu HRK tj. 708% te građevinskih zemljišta za 11 milijardi HRK tj. 430%. Poljoprivredna zemljišta bilježe rast vrijednosti kupoprodaja od 1,75 milijardi HRK tj. 270% dok šumska zemljišta bilježe

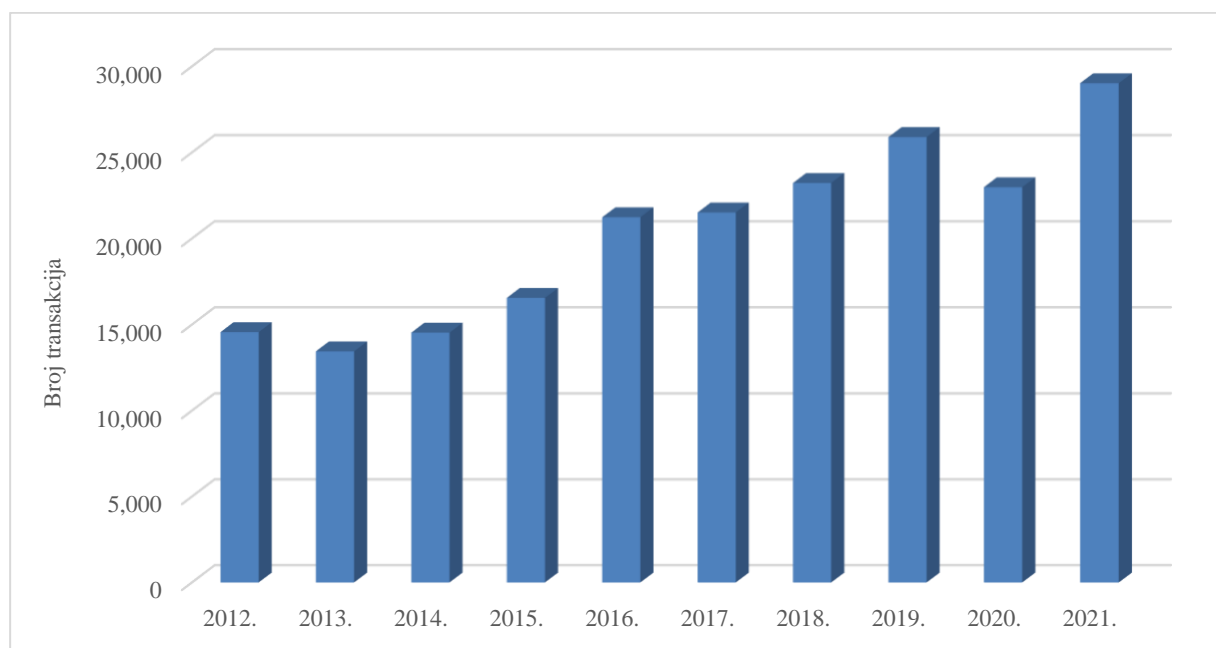
⁷ Liu, H. et al. (2021) *The Housing Boom and the Decline in Mortgage Rates*. New York: Federal Reserve Bank of New York. Dostupno na: <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2021/09/the-housing-boom-and-the-decline-in-mortgage-rates/> [13. prosinca 2022.]

postotni rast vrijednosti od 155% u odnosu na 2015. godinu te 130 milijuna HRK u apsolutnom iznosu. Valja napomenuti kako je prisutna ograničenost podataka o transakcijama šumskih zemljišta za period prije 2015. godine.

2.1.1. Stanovi i apartmani

Stanovi i apartmani najzastupljenija su vrsta nekretnina u Republici Hrvatskoj čemu svjedoči i najveći broj kupoprodajnih transakcija. U većim gradovima poput Zagreba, Splita i Rijeke prevladavaju stanovi zbog veće potražnje za rezidencijalnim smještajem. Velik dio stanovništva preferira živjeti u stanovima, jer su u neposrednoj blizini centralnog dijela grada, u blizini objekata poput dućana, restorana i javnog prijevoza.

Grafikon 5. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija stanova i apartmana u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

U promatranom razdoblju uočava se trend konstantnog rasta potražnje za stanovima i apartmanima kao oblicima nekretnina. Do 2013. godine bilježi se pad broja prodanih stanova i apartmana nakon čega dolazi do oporavka gospodarstva, kada Republika Hrvatska ponovno bilježi prve pozitivne stope rasta BDP-a pa tako i rast broja prodanih nekretnina. Najveći rast broja kupoprodaja je zabilježen 2016. godine te broji rast od 4.684 transakcije odnosno 28%. Rast je prisutan sve do 2020. godine kada dolazi do globalne pandemije COVID-19 koja

rezultira smanjenjem broja transakcija za 11% tj. 2.914 transakcija. Nakon oporavka gospodarstva, 2021. godina bilježi rast od 26% tj. 6.040 kupoprodaja više u odnosu na prethodnu godinu. Kao što je spomenuto u poglavlju 2.1., niz varijabli ima utjecaj na broj prodanih stanova poput ekonomske situacije, kamatnih stopa, demografskih trendova, lokacije i sl.. Osim stanova i apartmana, slični kriteriji vrijede i za ostale oblike nekretnina.

Tablica 1. Pregled ukupnog broja prodanih stanova i apartmana po županijama za period 2012. – 2021.

Županija	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Grad Zagreb	4.834	4.506	4.280	5.401	7.278	7.516	8.362	9.641	9.153	10.722
Primorsko-goranska	1.989	1.900	2.248	2.331	2.607	2.672	2.819	2.575	2.141	3.243
Splitsko-dalmatinska	1.400	1.467	1.936	2.212	2.538	2.467	2.357	2.628	1.970	3.044
Istarska	1.196	1.277	1.358	1.250	1.673	2.143	1.955	1.814	1.737	2.509
Zadarska	811	704	854	973	1.193	1.515	1.737	1.764	1.486	2.090
Osječko-baranjska	913	763	749	1.198	1.733	977	1.146	1.386	1.165	1.290
Zagrebačka	400	374	366	433	578	688	871	1.143	1.056	1.188
Šibensko-kninska	258	219	252	263	444	538	770	688	570	843
Vukovarsko-srijemska	512	337	386	407	342	339	295	386	490	560
Dubrovačko-neretvanska	351	355	396	358	467	499	467	484	388	527
Ličko-senjska	348	245	289	215	327	330	366	416	336	505
Karlovačka	298	261	285	290	484	294	331	617	405	494
Koprivničko-križevačka	110	84	110	94	118	169	218	307	327	318
Brodsko-posavska	204	189	156	183	220	250	222	275	320	283
Sisačko-moslavačka	203	153	149	129	248	243	277	316	271	267
Bjelovarsko-bilogorska	139	119	104	101	115	132	215	255	212	257
Varaždinska	296	237	302	487	449	307	328	484	222	246
Međimurska	95	53	127	101	214	188	203	327	319	243
Požeško-slavonska	65	53	60	54	76	83	78	116	144	147
Krapinsko-zagorska	76	66	72	40	69	75	109	135	133	139
Virovitičko-podravska	64	84	54	30	61	89	101	139	137	107
Ukupno	14.562	13.446	14.533	16.550	21.234	21.514	23.227	25.896	22.982	29.022

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Tablica 1. sadrži pregled broja prodanih stanova i apartmana po županijama u Republici Hrvatskoj. Kao što je ranije spomenuto, potražnja za stanovima je određena nekolicinom varijabli. Segmentirajući potražnju stanova ili apartmana na rezidencijalnu i investicijsku dobiva se precizniji uvid u preferencije za kupovinom istih. Funkcija stana kao mjesta življenja je izraženija u centralnim područjima tj. većim gradovima poput Zagreba, Splita ili Rijeke. Kao što je vidljivo iz pregleda, Grad Zagreb, Primorsko-goranska te Splitsko-dalmatinska županija bilježe najveći broj prodanih stanova i apartmana u promatranom razdoblju. Razlog tomu je veća centraliziranost i razvijenost spomenutih županija gdje je veća kvaliteta života. Središnja

područja poput Zagreba, Splita ili Rijeke nude više mogućnosti zapošljavanja zahvaljujući većem broju poslovnih objekata i jedinica. Osim toga, središnja područja često se smatraju sigurnijima od ostalih područja, što je važan faktor za mnoge kupce. Također, veći gradovi su u neposrednoj blizini atrakcija poput parkova, muzeja i ostalih popularnih odredišta. Osim rezidencijalne funkcije stanova i apartmana, isti su pogodni kao investicijsko sredstvo. Naime, središnja područja često imaju višu vrijednost nekretnina, što ih čini privlačnijim za investitore koji traže nekretnine s dobrim potencijalom za iznajmljivanje. Nakon Grada Zagreba slijede četiri županije iz Jadranske Hrvatske koje bilježe visoku turističku aktivnost što ih čini pogodnima za investicijsku nekretninu. Istarska, Primorsko-goranska, Zadarska i Splitsko-dalmatinska županija bilježe gotovo 80% ukupnih noćenja turista u 2021. godini⁸. Prema Tablici 6., Grad Zagreb čini 38% ukupnih kupoprodajnih transakcija dok Primorsko-goranska, Zadarska, Istarska i Splitsko-dalmatinska zajedno čine 38%. Uzevši u obzir Grad Zagreb, osim rezidencijalne funkcije ima i potencijal za investiciju s obzirom na lokaciju, rentabilnost, potražnju za kratkoročnim i dugoročnim najmom, uvjete nekretnina. Za Grad Zagreb je procjena pokazala kako je nakon uvođenja programa subvencija stambenih kredita došlo do naglog porasta potražnje⁹.

Tablica 2. Najviše medijalne cijene stanova i apartmana po m² u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.

Mjesto	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Dubrovnik	16.811	15.152	16.070	15.194	14.652	15.386	16.891	18.038	19.671	18.610
Rovinj	12.595	12.458	11.604	13.304	11.853	12.875	12.739	14.200	15.157	17.045
Split	12.502	12.139	12.433	11.306	11.867	11.964	13.488	14.022	15.293	16.682
Opatija	15.846	15.691	9.362	13.280	13.354	13.450	13.842	14.446	14.794	15.390
Baška	9.987	10.933	11.730	12.269	10.000	11.542	10.749	12.034	11.845	15.369
Sukošan	/	/	12.540	/	12.959	12.118	11.359	9.507	12.902	15.273
Funtana	/	/	8.065	10.030	9.527	10.653	11.625	12.047	12.208	14.648
Punat	14.147	11.103	11.724	10.987	11.481	13.311	6.689	10.882	12.101	14.603
Gradac	/	/	/	/	/	/	/	/	/	14.590
Hvar	10.008	12.253	12.747	/	14.776	11.590	13.052	12.210	13.431	14.579
Krk	11.062	10.554	10.897	10.474	10.182	10.969	12.109	12.292	13.865	14.480
Bibinje	/	/	/	/	/	/	/	9.817	/	14.283
Omišalj	12.062	11.132	11.362	11.130	9.861	9.656	9.440	11.131	12.465	14.230
Umag	11.581	8.546	10.783	9.899	9.713	8.667	10.576	11.268	12.868	14.012
Zagreb	9.763	9.203	8.798	8.302	8.316	9.017	9.459	10.616	11.052	12.032

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

⁸ Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2022). *Turizam u brojkama*. Zagreb: MINT

⁹ Tica, J. (2020). Čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 18(2), str. 16

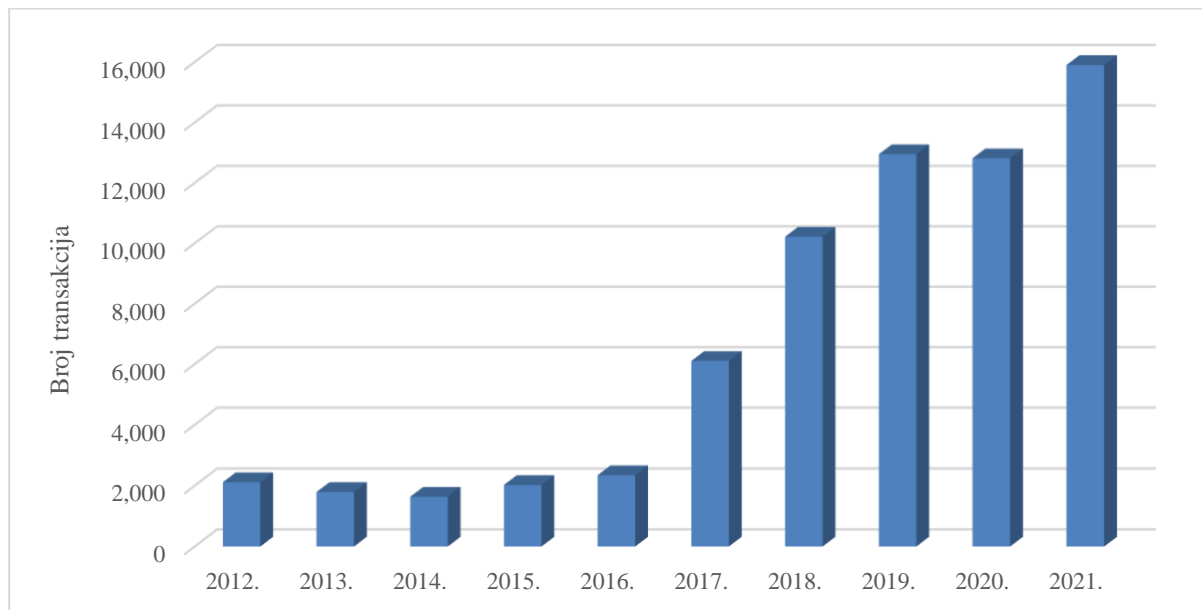
Tablica 2. prikazuje medijalne cijene stanova i apartmana po m² za jedinice lokalne samouprave u Republici Hrvatskoj za 15 mjesta s najvećim postignutim medijalnim cijenama. Medijalna cijena je cijena kod koje je polovica navedenih cijena viša, a druga polovica niža od nje¹⁰. Primjerice, za 15 navedenih cijena nekretnina, medijalna cijena bila bi ona gdje je sedam cijena iznad, a sedam ispod nje. Medijalna cijena je bolji pokazatelj za uzeti u obzir od prosječne cijene prilikom kupovine nekretnine jer prosječne cijene mogu biti značajno iskrivljene prodajama koje su izuzetno visokih ili niskih vrijednosti. U 2021. godini grad Dubrovnik bilježi najveću medijalnu cijenu stanova i apartmana u iznosu od 18.610 HRK po m². Nakon Dubrovnika najveće cijene postižu Rovinj, Split i Opatija. Osim grada Zagreba, sva mjesta iz Tablice 7. su dio Jadranske hrvatske, koja je nositelj hrvatske turističke djelatnosti.

2.1.2. Obiteljske kuće

Drugi oblik rezidencijalnih nekretnina su obiteljske kuće. Za razliku od stanova i apartmana, obiteljske kuće su učestalije u manjim gradovima i mjestima. Takva područja su mirnija te imaju više dostupnog zemljišta za izgradnju kuća. Također, velik dio ljudi preferira živjeti u kućama jer dobivaju više privatnosti i imaju više prostora na raspolaganju. Osim toga, obiteljske kuće uglavnom imaju veću preprodajnu vrijednost od stanova, što može biti prednost za kupce koji traže investicijsku nekretninu.

¹⁰ Indeed (2021). *Average Sales Price vs. Median Sales Price: What's the Difference?* [online], Dostupno na: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/average-sale-vs-median-sale-price> [16. prosinca 2022.]

Grafikon 6. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

U promatranom razdoblju vidljiv je nagli rast potražnje za obiteljskim kućama i broja kupoprodajnih transakcija od 2017. do 2021. godine. Do 2016. godine nije bilježen veći rast kupoprodaja obiteljskih kuća nakon čega dolazi do masovne promjene trenda. Od 2016. do 2021. broj kupoprodajnih transakcija raste za 580%. Jedan od ključnih razloga za ovakav rast potražnje su različite politike Vlade RH u obliku poreznih poticaja i subvencija za graditelje i kupce kuća u kombinaciji s makroekonomskim varijablama koje su dodatno utjecale na rast potražnje za nekretninama. Posebno se ističu Programi programi subvencionirane stanogradnje koji osim kupnje stana po povoljnijim uvjetima, nude povoljnije uvjete izgradnje kuće i jeftinije kupnje građevnog materijala. Zakonom o društveno poticajnoj stanogradnji, potiče se gradnja i rekonstrukcija obiteljskih kuća u vlasništvu stanovnika Republike Hrvatske koji grade novi stambeni prostor, a prvi puta stječu stan u obiteljskoj kući ili obiteljsku kuću u vlasništvu. Sredstva su osigurana u okviru Državnog proračuna Republike Hrvatske u povezanosti za Agencijom za pravni promet i posredovanje nekretninama¹¹. To je dovelo do povećanja ponude obiteljskih kuća na tržištu čime se zadovoljila rastuća potražnja za istima.

¹¹ Narodne novine (2021). *Zakon o društveno poticajnoj stanogradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d., čl. 30

Tablica 3. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća po županijama za period 2012. – 2021.

Županija	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Grad Zagreb	375	324	206	211	311	/	1.138	1.533	1.272	1.766
Osječko-baranjska	279	196	209	301	393	369	990	1.376	1.652	1.746
Zagrebačka	34	17	36	51	64	372	813	1.227	1.430	1.691
Zadarska	118	40	74	116	81	171	737	820	763	1.293
Istarska	96	122	158	209	262	251	736	750	571	1.094
Splitsko-dalmatinska	207	191	242	234	227	374	737	810	598	1.054
Primorsko-goranska	388	362	293	392	326	1.427	874	796	719	1.035
Sisačko-moslavačka	45	21	22	11	18	287	374	739	619	873
Brodsko-posavska	52	18	20	14	30	416	360	426	706	644
Kopriivničko-križevačka	0	/	/	/	/	77	295	487	593	602
Međimurska	22	27	20	36	71	228	267	371	402	475
Krapinsko-zagorska	/	/	/	/	13	264	143	268	346	473
Bjelovarsko-bilogorska	12	13	13	12	13	177	429	629	749	469
Vukovarsko-srijemska	166	155	74	79	95	439	429	421	448	466
Šibensko-kninska	182	196	189	157	221	410	420	377	310	424
Karlovačka	15	11	10	25	20	200	343	433	326	385
Požeško-slavonska	/	/	/	/	/	20	175	198	338	362
Dubrovačko-neretvanska	33	40	31	63	72	61	216	233	187	306
Virovitičko-podravaska	13	/	/	/	/	208	282	470	308	296
Ličko-senjska	52	45	27	79	81	118	143	169	171	271
Varaždinska	23	12	12	33	45	235	316	413	304	178
Ukupno	2.112	1.790	1.636	2.023	2.343	6.104	10.217	12.946	12.812	15.903

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Prema Tablici 3. vidljiv je nagli porast broja kupoprodaja obiteljskih kuća nakon 2016. godine. Grad Zagreb je regija s konstantno najvećim brojem prodanih obiteljskih kuća s vrhuncem u 2021. godini kada je prodano 1.766 jedinica. Zatim slijede Osječko-baranjska i Zagrebačka županije koje također doživljavaju rast potražnje za obiteljskim kućama te bilježe 1.746 i 1.691 kupoprodajnu transakciju u 2021. godini. Iza slijede Zadarska i Istarska županija sa 1.293 i 1.094 transakcije. Prvih 5 županija s najvećim brojem kupoprodaja čine 48% ukupnih transakcija obiteljskih kuća u 2021. godini. Grad Zagreb i Zagrebačka županija kao rezidencijalna područja bilježe najveću potražnju s obzirom na centraliziranost i važnost područja. Uz navedene, Osječko-baranjska županija također bilježi visoku aktivnost kupoprodaja obiteljskih kuća kao rezultat gospodarskog rasta u promatranom periodu. Zadarska županija, Istarska, Splitsko-dalmatinska i Primorsko-goranska županije slijede zatim te čine 28% ukupnih kupoprodaja u 2021. godini. Spomenute regije su dio Jadranske Hrvatske koja bilježi konstantan rast turističkih dolazaka i noćenja što ih čini pogodnim područjem s visokim

investicijskim potencijalom. Osim investicijskog aspekta, Jadranska Hrvatska ima veliku privlačnost za životom na svom području zahvaljujući klimi, Jadranskom moru, razvijenosti gradova i obrazovnih institucija te kvalitetnoj prometnoj povezanosti.

Tablica 4. Najviše medijalne cijene obiteljskih kuća u m2 po jedinicama lokalne samouprave za period 2012. - 2021.

Mjesto	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Vrsar	/	/	/	11.838	10.939	13.314	/	/	16.009	14.709
Vis	7.868	/	8.476	7.449	7.317	8.874	7.761	9.218	7.781	12.503
Tisno	7.159	7.487	7.616	4.769	5.301	5.107	6.650	5.642	5.984	11.124
Tar-Vabriga	/	7.953	12.631	11.049	19.597	9.189	1.532	1.868	4.283	10.843
Sveti Lovreč	/	/	/	/	/	/	/	/	/	10.401
Dubrovnik	7.760	11.131	13.616	16.057	17.905	17.803	12.139	7.019	11.630	10.186
Omišalj	9.260	12.343	6.005	6.305	8.800	4.792	4.378	7.747	6.969	9.361
Tribunj	/	/	/	/	7.893	5.271	5.464	6.662	5.808	8.962
Baška	8.178	/	/	5.672	5.033	4.567	4.325	6.988	3.789	8.944
Split	7.984	7.960	7.827	9.432	6.724	9.993	9.618	9.492	8.137	8.942
Punat	7.792	7.500	7.235	6.486	8.335	6.190	7.182	8.077	7.678	8.498
Rogoznica	7.529	6.720	7.942	6.316	8.887	7.367	7.204	6.943	5.650	8.461
Šolta	/	/	/	/	/	5.370	5.338	4.156	5.149	8.272
Crikvenica	9.039	8.284	6.768	7.681	7.370	7.871	7.401	7.736	7.791	7.925
Grad Zagreb	4.459	3.494	3.888	4.184	3.133	2.480	3.202	3.194	3.499	4.100

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

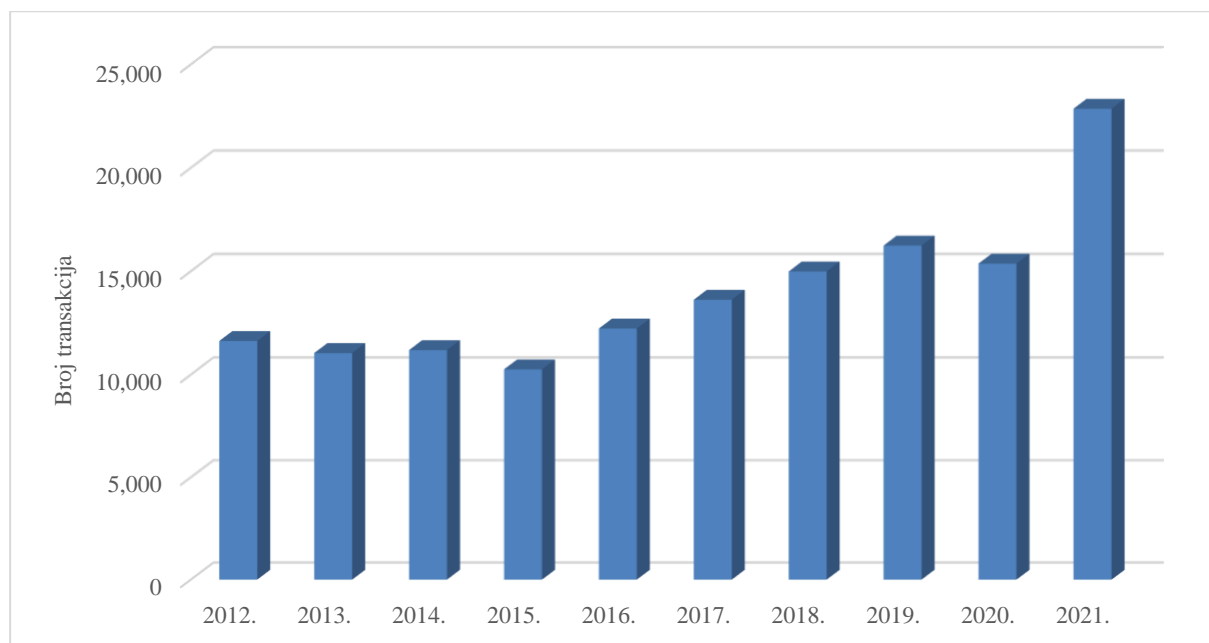
Iz Tablice 4. vidljivo je da županije s područja Jadranske Hrvatske bilježe najveće medijalne cijene obiteljskih kuća. U 2021. godini najveću medijalnu cijenu bilježi Vrsar, općina u Istarskoj županiji u iznosu od 14.709 HRK po m2. Zatim slijede Vis i Tisno s medijalnim cijenama od 12.503 HRK te 11.124 HRK po m2. Grad Dubrovnik u promatranom razdoblju bilježi najveće fluktuacije cijena; od 2012. do 2017. godine medijalna cijena raste za 130% do iznosa od 17.905 m2 nakon čega slijedi pad medijalne cijene na 11.630 HRK po m2 odnosno 35% u 2021. godini. Grad Zagreb od 2017. do 2021. godine bilježi rast medijalne cijene obiteljskih kuća od 65%. Od 15 promatranih jedinica lokalne samouprave, njih 13 bilježi rast medijalne cijene u 2021. godini u odnosu na prethodnu godinu. Zaključuje se da županije Jadranske Hrvatske obično imaju više srednje cijene obiteljskih kuća nego županije u unutrašnjosti. Valja uzeti u obzir kako medijalna cijena kuće može varirati ovisno o lokaciji, veličini i uvjetima jedinica, kao i promjenama na tržištu nekretnina u pojedinoj regiji (EIZ). Razlog većih cijena obiteljskih kuća u Jadranskoj Hrvatskoj je lokacija, koja osigurava blizinu

moru, plažama i ostalim prirodnim atrakcijama te rentabilnost zahvaljujući investicijskom potencijalu od kratkoročnog najma turistima. Osim toga, obalna područja se smatraju luksuznim tržištem zahvaljujući većoj potražnji i smanjenoj ponudi nekretnina. Oskudnost nekretnina na obalnim područjima utječe na rast cijena.

2.1.3. Građevinska zemljišta

Građevinsko zemljište je zemljište koje je određeno za izgradnju i razvoj, obično za stambenu ili poslovnu namjenu. To uključuje zemljište koje su lokalne vlasti odredile za stambenu, industrijsku ili komercijalnu upotrebu. Kako bi se smatralo građevinskim zemljištem, zemljište mora imati potrebnu infrastrukturu i komunalije, kao što su voda, struja i kanalizacija, te mora biti u skladu s lokalnim propisima o gradnji i prostornom uređenju. Nadalje, zemljište mora biti legalno uknjiženo, a vlasništvo valjano dokumentirano i upisano kod nadležnih tijela.

Grafikon 7. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Hrvatsko gospodarstvo je doživjelo recesiju 2008. godine zahvaljujući velikoj ekonomskoj krizi čime je krajem 2000-ih i početkom 2010-ih smanjena potražnja za građevinskim zemljištem. Međutim, kako se gospodarstvo oporavljalo, rasla je i potražnja za građevinskim zemljištem. Nakon 2015. godine raste potražnja za građevinskim zemljištem sve do 2020. godine kada

dolazi do pandemije COVID-19 koja izaziva usporavanje gospodarstva. Međutim, već sljedeće 2021. godine dolazi do rasta broja kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta od gotovo 50%. Velik utjecaj ima intervencija Vlade koja je implementirala razne mjere poput poreznih poticaja i subvencija kako bih dodatno osnažila građevinski sektor. Osim toga, djelatnost turizma je značajno utjecala na broj transakcija s obzirom na konstantan rast potražnje za turističkim smještajem, posebice u Jadranskoj Hrvatskoj. Zaključno, količina transakcija je fluktuirala u promatranom razdoblju dok ukupan rast od 2012. do 2021. godine iznosi gotovo 100%.

Tablica 5. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta po županijama za period 2012. – 2021.

Županija	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Grad Zagreb	1.305	1.241	1.400	1.113	1.489	1.541	2.063	2.383	2.088	3.794
Dubrovačko-neretvanska	1.156	1.157	1.259	1.151	1.492	861	2.537	2.169	2.238	3.329
Istarska	1.311	1.362	1.515	1.323	1.827	2.028	2.286	2.407	2.207	3.117
Ličko-senjska	2.016	2.163	2.110	2.052	2.422	1.037	2.742	2.361	2.064	2.810
Primorsko-goranska	929	892	902	655	644	1.217	671	920	1.176	2.080
Splitsko-dalmatinska	669	680	716	654	772	172	1.077	1.281	932	1.368
Šibensko-kninska	952	729	751	623	752	14	817	1.195	910	1.085
Zadarska	475	435	488	392	404	641	597	575	631	859
Bjelovarsko-bilogorska	368	379	160	165	263	482	289	460	510	578
Brodsko-posavska	214	140	118	159	237	336	162	317	401	555
Karlovačka	354	338	364	324	321	706	533	536	298	554
Osječko-baranjska	208	161	323	157	231	188	322	297	308	474
Požeško-slavonska	270	257	193	122	249	648	154	234	443	468
Sisačko-moslavačka	570	414	288	407	340	439	190	214	243	407
Virovitičko-podravska	267	174	114	401	255	549	135	337	237	382
Vukovarsko-srijemska	149	150	124	113	144	651	39	128	164	266
Koprivničko-križevačka	96	132	69	69	83	815	73	101	173	218
Krapinsko-zagorska	66	18	14	67	25	275	121	106	170	208
Međimurska	70	63	46	152	137	509	110	93	58	170
Varaždinska	146	57	173	81	54	247	28	55	80	102
Zagrebačka	36	101	60	73	90	264	42	71	37	34
Ukupno	11.627	11.043	11.187	10.253	12.231	13.620	14.988	16.240	15.368	22.858

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Najviše prodanih građevinskih zemljišta u jednoj godini bilježi Grad Zagreb u 2021. s 3.794 prodana zemljišta, a slijedi Dubrovačko-neretvanska regija s 3.329 prodanih u 2021. Ličko-senjska i Primorsko-goranska regija također imaju visok broj građevinskih zemljišta prodan

2021., s 2810 i 2080 prodanih. S druge strane, najmanje prodanih građevinskih zemljišta u jednoj godini bilo je u Zagrebačkoj regiji s 34 prodana u 2021. godini. Postoji nekoliko razloga koji se mogu pripisati razlikama u broju prodanih građevinskih zemljišta u različitim regijama. Prvo, gustoća naseljenosti u regiji vjerojatno će utjecati na potražnju za građevinskim zemljištem. Regije s većom gustoćom naseljenosti, kao što je Grad Zagreb, vjerojatno će imati veću potražnju za građevinskim zemljištem jer je potrebno više stambenog prostora za smještaj stanovništva. Drugo, ekonomski uvjeti u županiji također igraju ulogu u potražnji za građevinskim zemljištem. Područja sa snažnijim gospodarstvom i višom razinom zaposlenosti vjerojatno će imati veću potražnju za građevinskim zemljištem jer si više ljudi može priuštiti kupnju ili izgradnju kuća. Treće, razina turizma u regiji također utječe na potražnju za građevinskim zemljištem. Regije s visokom razinom turizma, poput Dubrovnika i Istre, vjerojatno će imati veću potražnju za građevinskim zemljištem jer je potrebno više nekretnina za smještaj turista. Na kraju, vladine politike i poticaji također igraju ulogu u potražnji za građevinskim zemljištem. Na primjer, ako vlada daje porezne poticaje ili subvencije za graditelje kuća ili kupce, to može povećati potražnju za građevinskim zemljištem. Prvih 5 županija s najvećim brojem prodanih građevinskih zemljišta čine 66% ukupnog broja transakcija.

Tablica 6. Najviše medijalne cijene građevinskih zemljišta po jedinicama lokalne samouprave za period 2012. - 2021.

Mjesto	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Bol	1.006	1.948	1.294	857	1.349	1.180	1.126	/	896	2.048
Split	1.315	876	1.528	1.807	835	938	948	1.479	1.089	1.293
Dubrovnik	694	974	1.175	1.134	996	1.545	775	913	1.360	1.282
Postira	/	/	/	/	575	/	814	/	/	1.166
Makarska	764	743	780	1.293	795	1.112	910	1.220	950	1.139
Tučepi	/	500	736	357	1.142	1.188	657	503	1.200	1.124
Baška Voda	716	568	413	464	670	666	746	979	1.122	1.109
Dubrovačko Primorje	800	1.045	1.263	487	690	1.000	733	648	571	1.107
Podstrana	957	803	757	916	913	750	1.035	1.060	1.111	1.050
Vrsar - Orsera	/	132	/	363	204	879	221	/	/	1.036
Tribunj	437	758	765	1.118	640	759	742	554	753	1.000
Brela	720	737	/	1.344	1.145	988	1.333	1.038	1.070	974
Župa Dubrovačka	795	500	650	682	713	747	739	742	625	968
Primošten	1.081	739	882	755	753	742	889	743	753	933
Lumbarda	/	/	766	/	/	/	669	569	367	916

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Na temelju podataka iz tablice može se zaključiti da cijene građevinskog zemljišta varira po regijama i kroz vrijeme. Cijene građevinskog zemljišta više su u obalnim mjestima poput Bola, Splita, Dubrovnika i Makarske za razliku od regija u unutrašnjosti. To je vidljivo iz podataka gdje su medijalne cijene zemljišta u Bolu, Splitu i Dubrovniku među najvišima u državi, dok su cijene u Ličko-senjskoj i Virovitičko-podravskoj među najnižima. Ovaj trend može se pripisati većoj potražnji za nekretninama na obali, jer nude poželjniji životni stil i smatraju se dobrom investicijom. Nadalje, obalne regije obično imaju jaču turističku industriju što može dovesti do veće potražnje za građevinskim zemljištem. Također se primjećuje da su cijene varirale kroz vrijeme. Cijene su u porastu od 2012. godine, uz nekoliko izuzetaka. Na primjer, cijene u Dubrovniku su pale u 2018. i 2019., ali su ponovno porasle u 2020. i 2021. Sličan primjer je Makarska gdje su cijene pale u 2015. i 2016., ali su ponovno porasle u 2017. i 2018. Važno je napomenuti kako su poremećaji u lancima nabave doveli do porasta cijena građevinskog materijala, što je povećalo troškove izgradnje, a tim dovelo i do porasta cijena novoizgrađenih kvadrata na tržištu¹². Osim poremećaja u lancima nabave, ova fluktuacija cijena se pripisuje različitim čimbenicima kao što su promjene ekonomskih uvjeta, promjena u potražnji i vladinim politikama i slično.

2.1.4. Poljoprivredna zemljišta

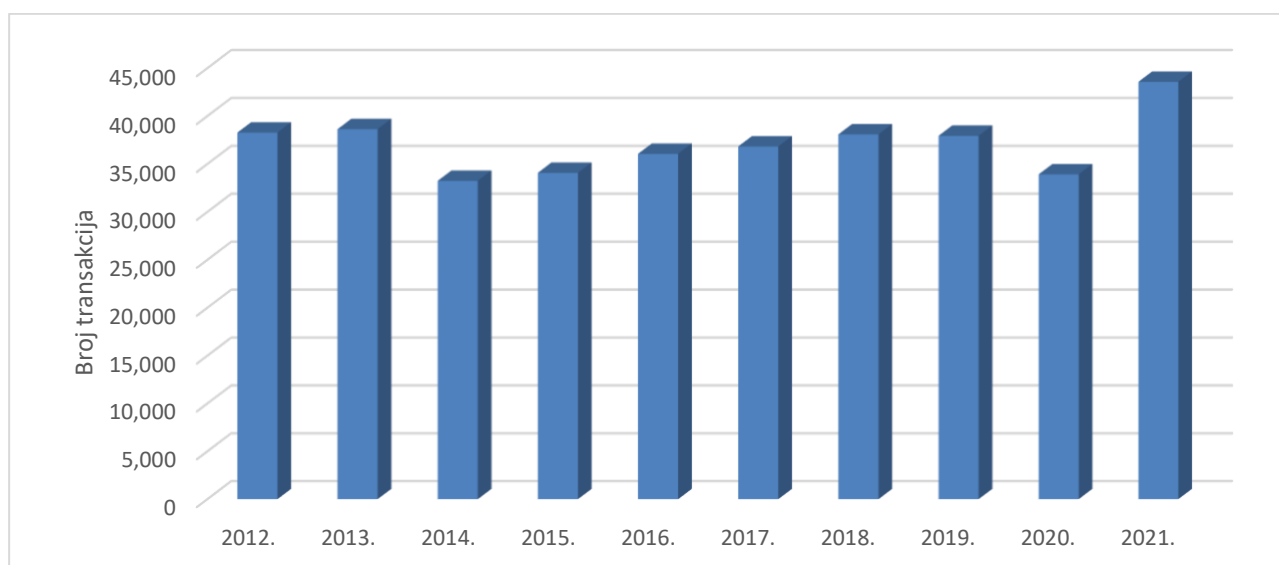
Poljoprivrednim zemljištem smatraju se poljoprivredne površine koje su po načinu uporabe u katastru opisane kao: oranice, vrtovi, livade, pašnjaci, voćnjaci, maslinici, vinogradi, ribnjaci, trstici i močvare, kao i drugo zemljište koje se može privesti poljoprivrednoj proizvodnji sukladno prostornom planu (Članak 3. Zakona o poljoprivrednom zemljištu). Zemljište je pojam koji općenito uključuje klimu, topografiju, vegetaciju, tlo i druge prirodne resurse te je osnova poljoprivrede, a interakcija između ovih komponenti ključna je za određivanje produktivnosti i održivosti agronomskog ekosustava. Osobito u svjetlu klimatskih promjena i varijabilnosti, odabir ispravne namjene zemljišta za dane biofizičke i socio-ekonomske uvjete ključan je za smanjenje degradacije zemljišta, rehabilitaciju degradiranog zemljišta, osiguravanje održivog korištenja zemljišnih resursa i maksimiziranje otpornosti.¹³ Najveći dio poljoprivrednog zemljišta u Hrvatskoj koristi se za biljnu proizvodnju, a manji dio za stočarstvo

¹² Slišković, T., Solenički M. i Beg, M. (2021). 2020. – GODINA ŠOKOVA – PROCJENA UČINAKA NA CIJENE STANOVA U HRVATSKOJ. *Ekonomika misao i praksa*, 30(2), str. 412

¹³ Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020). *Land use in agriculture by the numbers* [online]. Dostupno na: <https://www.fao.org/sustainability/news/detail/en/c/1274219/> [20. prosinca 2022.]

i mješoviti uzgoj. Što se tiče opsega, većina poljoprivrednih gospodarstava u Hrvatskoj smatra se malim ili srednjim, a većina ih je u obiteljskom vlasništvu i njima upravlja. To je u skladu s izvješćem Europske komisije u kojem stoji da Hrvatska ima visok udio malih i obiteljskih poljoprivrednih gospodarstava, koji čine preko 90% svih poljoprivrednih gospodarstava i pokrivaju gotovo 70% korištenih poljoprivrednih površina¹⁴.

Grafikon 8. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2021.



Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

U promatranom razdoblju prisutan je trend stabilnosti s manjim fluktuacijama u broju prodaja svake godine. U 2012. godini prodano je 38.275 jedinica poljoprivrednog zemljišta, s blagim padom od 1% u 2013. godini. Međutim, u 2014. godini zabilježen je veći pad od 14% s prodanih 33.247 jedinica. Od 2015. do 2017. broj transakcija je porastao, s povećanjem od 3% u 2015., povećanjem od 6% u 2016. i povećanjem od 2% u 2017., povećanjem od 3% u 2018. te bez promjene u 2019. godini. Prvi zabilježen pad broja transakcija je u 2020. godini, kao rezultat utjecaja pandemije COVID-19, te iznosi 11%. Konačno, 2021. godina bilježi rast od 28% sa 43.575 prodanih poljoprivrednih zemljišta. Hrvatska je u posljednjih 10 godina imala niz subvencija i programa za potporu svom poljoprivrednom sektoru. Neki primjeri uključuju

¹⁴ Europska komisija (2020). *fi-compass: Financial needs in the agriculture and agri-food sectors in Croatia* [online]. Dostupno na: https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/financial_needs_agriculture_agrifood_sectors_Croatia.pdf [20. prosinca 2022.]

Program ruralnog razvoja, koji osigurava financiranje ulaganja u poljoprivredu, ruralni razvoj i zaštitu okoliša; Program razvoja ekološke poljoprivrede koji podupire razvoj ekološke poljoprivrede u Hrvatskoj; i Agro-ekološki i klimatski program, koji osigurava financiranje mjera za poboljšanje okoliša i ublažavanje klimatskih promjena u poljoprivrednom sektoru. Nadalje, Zajednička poljoprivredna politika Europske unije (CAP) također je osigurala financiranje i potporu hrvatskom poljoprivrednom sektoru kroz svoje različite stupove, uključujući izravna plaćanja poljoprivrednicima i mjere ruralnog razvoja. Ove subvencije i programi osmišljeni su kako bi podržali održivi razvoj poljoprivrednog sektora i osigurali da poljoprivrednici imaju potrebna sredstva za održavanje produktivnosti i konkurentnosti sektora.

Tablica 7. Broj ukupnih kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta po županijama za period 2012. – 2021.

Županija	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Koprivničko-križevačka	5.234	5.661	5.014	4.766	4.455	1.133	5.649	5.125	4.358	6.053
Bjelovarsko-bilogorska	4.965	4.479	3.777	4.207	4.727	1.442	4.577	5.403	3.654	4.933
Istarska	1.405	1.124	885	1.305	1.421	2.359	1.970	1.714	2.261	3.060
Zagrebačka	2.503	2.438	2.183	1.825	1.882	2.694	2.114	2.288	2.380	3.014
Varaždinska	2.746	2.499	2.345	2.440	2.726	1.341	2.564	2.848	2.336	2.639
Međimurska	2.266	2.146	2.045	2.494	2.474	1.423	1.932	2.195	1.956	2.546
Brodsko-posavska	1.507	1.518	1.143	1.222	1.179	2.464	1.480	1.685	2.171	2.487
Osječko-baranjska	3.369	3.371	2.449	2.827	2.741	3.579	2.927	3.159	2.191	2.338
Karlovačka	1.058	875	964	903	1.013	1.306	1.232	1.473	1.441	2.061
Splitsko-dalmatinska	858	943	985	796	882	3.874	1.316	1.101	1.171	1.878
Sisačko-moslavačka	2.802	3.496	2.823	2.687	3.061	672	3.744	1.753	1.649	1.719
Krapinsko-zagorska	955	1.072	889	745	775	2.542	785	978	1.087	1.704
Vukovarsko-srijemska	1.941	1.960	1.380	1.571	2.121	1.942	1.518	1.635	1.294	1.468
Požeško-slavonska	1.357	1.414	1.208	1.299	1.517	329	1.162	1.152	1.125	1.414
Virovitičko-podravska	2.156	2.335	1.940	1.769	1.593	843	1.671	1.800	1.399	1.403
Primorsko-goranska	962	1.002	1.006	1.223	1.385	2.569	936	917	661	1.175
Ličko-senjska	214	190	242	269	246	1.023	507	577	569	879
Šibensko-kninska	497	555	623	554	553	1.779	612	678	636	821
Zadarska	531	554	459	423	489	1.735	628	533	487	811
Dubrovačko-neretvanska	401	533	536	417	468	1.779	481	561	634	695
Grad Zagreb	548	474	351	340	355	0	284	368	461	477
Ukupno	38.275	38.639	33.247	34.082	36.063	36.828	38.089	37.943	33.921	43.575

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

Podaci iz tablice pokazuju da je ukupan broj prodanih poljoprivrednih zemljišta u Hrvatskoj varirao u promatranom razdoblju. Najveći broj prodanih poljoprivrednih zemljišta zabilježen je 2021. godine i to 43.575 zemljišta, što je 28% više u odnosu na prethodnu godinu, dok je

najmanji broj zabilježen u 2014. godini sa 33.247. Ukupno gledano, trend pokazuje porast prodanog poljoprivrednog zemljišta tijekom godina, s prosječnim porastom od 4,7% godišnje. Po županijama, uočava se da regije poput Koprivničko-križevačke, Bjelovarsko-bilogorske, Istarske, Zagrebačke bilježe konstantan porast broja prodanih poljoprivrednih površina tijekom godina. S druge strane, neke regije poput Sisačko-moslavačke i Vukovarsko-srijemske pokazuju fluktuaciju u broju prodanih zemljišta, pri čemu neke godine pokazuju povećanje, a druge smanjenje. Kao što je ranije spomenuto, značajnu ulogu u prometu poljoprivrednih zemljišta imaju i subvencije. Prema podacima Agrokluba, najveći korisnici poljoprivrednih potpora od 2018. do 2021. godine su Bjelovarsko-bilogorska županije, Koprivničko-križevačka, Osječko-baranjska te Sisačko-moslavačka.¹⁵

Tablica 8. Najviše medijalne cijene poljoprivrednih zemljišta po jedinici lokalne samouprave za period 2012. - 2021.

Mjesto	2012.	2013.	2014.	2015.	2016.	2017.	2018.	2019.	2020.	2021.
Dugi Rat	113	/	/	/	/	/	219	270	200	270
Okrug	/	204	235	/	103	151	367	157	/	250
Pašman	/	/	/	/	/	121	/	91	83	199
Hvar	/	22	35	10	38	40	44	21	22	185
Makarska	113	/	/	116	150	111	67	109	151	174
Murter - Kornati	37	149	23	27	93	39	49	88	108	167
Omiš	50	50	34	38	/	60	73	35	59	150
Trogir	72	78	95	110	151	187	223	146	150	150
Baška Voda	133	/	/	115	120	63	69	131	76	129
Podstrana	/	199	115	/	152	150	209	120	149	125
Lopar	/	110	66	38	66	116	90	53	/	120
Podgora	/	/	/	59	56	/	/	76	121	113
Split	81	144	95	114	273	70	97	104	116	108
Kaštela	100	60	69	70	64	72	78	99	107	87
Baška	59	37	15	22	62	13	173	92	119	80
Sućuraj	262	338	76	/	/	/	123	/	/	79

Izvor: Ekonomski institut u Zagrebu (2022.) Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [14. studenog 2022.]

U promatranom razdoblju najveće medijalne cijene poljoprivrednih zemljišta zabilježene su u 2021. godini. Najveću medijalnu cijenu je zabilježilo mjesto Dugi Rat s 270 HRK po m², zatim Okrug s 250 HRK po m² te Pašman sa 199 HRK po m². Većina mjesta se nalazi u Splitsko-

¹⁵ Agroklub (2021), *Isplaćene potpore: Broj isplata po županijama – 2021. godina* [online]. Dostupno na: <https://www.agroklub.com/potpore/statistika/2021/> [21. prosinca 2022.]

dalmatinskoj županiji dok sva promatrana mjesta pripadaju Jadranskoj Hrvatskoj. Cijene poljoprivrednog zemljišta u obalnim područjima su više u odnosu na ostatak Hrvatske. Kvaliteta tla i klima glavni su čimbenici koji utječu na cijene poljoprivrednog zemljišta. Obalna područja Hrvatske obično imaju bolju kvalitetu tla i povoljniju klimu za poljoprivredu, što može dovesti do viših cijena poljoprivrednog zemljišta u tim regijama. Dodatno, turizam je također značajan faktor koji može utjecati na cijene poljoprivrednog zemljišta u obalnim područjima. Veliki pritisak turizma u obalnim područjima Hrvatske može dovesti do viših cijena zemljišta jer postoji povećana potražnja za zemljištem za aktivnosti povezane s turizmom kao što su razvoj hotela, rekreacijskih sadržaja i restorana. To je zato što turističke aktivnosti imaju pozitivan učinak na gospodarstvo i razvoj regije što dovodi do rasta cijena zemljišta. Osim toga, postoji mogućnost izgradnje stambenih objekata na negrađevinskom zemljištu. Prema čl. 44, Zakona o prostornom uređenju¹⁶, izvan građevinskog područja moguće je planirati izgradnju stambenih i pomoćnih građevina za vlastite (osobne) potrebe na građevnim česticama od 20 ha i više i za potrebe seoskog turizma na građevnim česticama od 2 ha i više. Dozvoljena je gradnja i rekonstrukcija objekata do 400 m² na čestici od najmanje 1 ha. Ovakav zakon podržava razvoj agroturizma, posebice u kombinaciji s mjerama financiranja nepoljoprivredne djelatnosti u okvirima Programa ruralnog razvoja. Izgradnjom stambenih jedinica na poljoprivrednom zemljištu vlasnici zemljišta potencijalno bi mogli ostvariti dodatne prihode nudeći turistima priliku da ostanu na njihovom posjedu i iskuse život u ruralnom području. To bi turistima također moglo pružiti priliku da nauče o lokalnoj poljoprivredi i sudjeluju u povezanim aktivnostima, kao što su poljoprivreda i žetva. Međutim, postoji nekoliko mogućih nedostataka izgradnje stambenih jedinica na poljoprivrednom zemljištu. Jedna od zabrinutosti je da bi to moglo dovesti do gubitka vrijednog poljoprivrednog zemljišta, što bi moglo imati negativne posljedice za proizvodnju hrane i sigurnost iste. To bi moglo dovesti i do poskupljenja poljoprivrednog zemljišta, što bi poljoprivrednicima moglo otežati kupnju ili najam zemljišta za poljoprivredne svrhe. Osim toga, sa sve većom izgradnjom na poljoprivrednim zemljištima, potrebno je izgraditi pristupne puteve tim objektima, što unosom materijala izaziva veliku štetu zemlji koju je kasnije gotovo nemoguće ispraviti. Bez obzira na iznimke i specifične uvjete za izgradnju na negrađevinskim zemljištima, potrebno je osigurati strožu kontrolu i regulaciju u skladu s prostornim planovima.

¹⁶ Narodne novine (2021). *Zakon o društveno poticajnoj stanogradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d., čl. 44.

2.2. Segmentacija potražnje na tržištu nekretnina

Segmentacija tržišta je proces dijeljenja tržišta u manje skupine potrošača sa sličnim potrebama ili karakteristikama. To omogućuje poduzećima i fizičkim osobama da prilagode svoje marketinške strategije i proizvode ili uslugu određenim segmentima tržišta, umjesto da pokušavaju privući široku, raznoliku populaciju. Pet kriterija koji se obično koriste u segmentaciji tržišta su demografski, geografski, socioekonomski, kulturni i psihološki¹⁷. Navedeni kriteriji će biti korišteni prilikom segmentacije tržišta nekretnina za bolje razumijevanje potražnje za nekretninama.

2.2.1. Demografski kriteriji

Demografski kriteriji koji se koriste za segmentaciju su pregled stanovništva Republike Hrvatske, starosna struktura stanovništva te pregled migracija. Stanovništvo je jedna od najosnovnijih demografskih varijabli koja se može koristiti za segmentaciju tržišta nekretnina. Velika gustoća naseljenosti u nekom području može ukazivati na veću potražnju za stanovima, dok niska gustoća naseljenosti može ukazivati na sporiju aktivnost tržišta. Uz to, dob stanovništva također može biti ključni pokazatelj vrsta stanovanja potrebnih u određenom području. Na primjer, područje s velikom populacijom umirovljenika može imati veću potražnju za životnim zajednicama za starije osobe ili domovima za umirovljenike.

¹⁷ Kotler, P. et. al. (2017). *Principles of Marketing*. Drugo europsko izdanje. New Jersey: Prentice Hall Inc., (14), str. 107

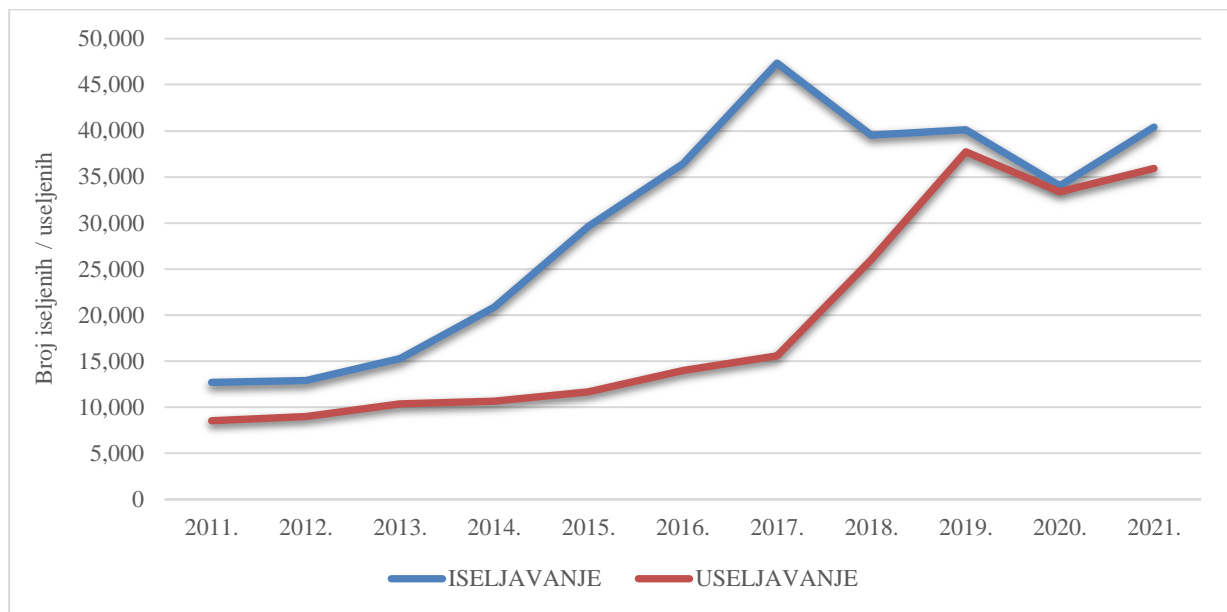
Tablica 9. Popis stanovništva prema županijama za 2011. i 2022. godinu

Županija	2011.	2022.	Razlika	%
Grad Zagreb	790.017	768.054	-21.963	-2,8%
Splitsko-dalmatinska	454.798	423.849	-30.949	-6,8%
Zagrebačka	317.606	299.983	-17.623	-5,5%
Primorsko-goranska	296.195	266.183	-30.012	-10,1%
Osječko-baranjska	305.032	258.719	-46.313	-15,2%
Istarska	208.055	195.326	-12.729	-6,1%
Zadarska	170.017	160.085	-9.932	-5,8%
Varaždinska	175.951	159.747	-16.204	-9,2%
Vukovarsko-srijemska	179.521	143.678	-35.843	-20,0%
Sisačko-moslavačka	172.439	140.131	-32.308	-18,7%
Brodsko-posavska	158.575	130.844	-27.731	-17,5%
Krapinsko-zagorska	132.892	120.670	-12.222	-9,2%
Dubrovačko-neretvanska	122.568	115.714	-6.854	-5,6%
Karlovačka	128.899	112.357	-16.542	-12,8%
Međimurska	113.804	105.393	-8.411	-7,4%
Bjelovarsko-bilogorska	119.764	102.205	-17.559	-14,7%
Koprivničko-križevačka	115.584	101.358	-14.226	-12,3%
Šibensko-kninska	109.375	96.722	-12.653	-11,6%
Virovitičko-podravska	84.836	70.648	-14.188	-16,7%
Požeško-slavonska	78.034	64.384	-13.650	-17,5%
Ličko-senjska	50.927	42.931	-7.996	-15,7%
TOTAL	4.284.889	3.878.981	-405.908	-9,5%

Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/> [1. prosinca 2022.]

Iz Tablice 9. vidljiva je prisutnost trenda iseljavanja stanovništva u Republici Hrvatskoj. Županije s najvećim postotkom smanjenja stanovništva su Vukovarsko-srijemska s 20%, Sisačko-moslavačka sa 18,7%, Brodsko-posavska i Požeško-slavonska županija sa 17,5% te Virovitičko-podravska županija sa smanjenjem stanovništva od 16,7%. U periodu od 2011. do 2022. godine ukupan broj stanovnika u Republici Hrvatskoj se smanjio za 405.908 odnosno 9,5%. Postoji nekoliko razloga koji su uzrokovali značajan pad stanovnika. Jedan od glavnih razloga je visoka stopa iseljavanja iz Hrvatske. Mnogi mladi ljudi napustili su zemlju u potrazi za boljim poslovima i većim plaćama u inozemstvu. Ovaj odljev mozgova doveo je do manjka kvalificirane radne snage i imao negativan utjecaj na gospodarstvo. Drugi razlog smanjenja broja stanovnika je nizak natalitet u Hrvatskoj. Stopa fertiliteta u Hrvatskoj je među najnižima u Europi i nije dostatna za zamjenu stanovništva. Djelomično je to posljedica visokih troškova odgoja djece i nedostatka podrške obiteljima, kao i starenja stanovništva. Osim toga, ekonomska kriza koja je pogodila Hrvatsku krajem 2000-ih također je odigrala ulogu u padu stanovništva. Mnogi su ljudi ostali bez posla i bili prisiljeni napustiti zemlju u potrazi za boljim prilikama. Iseljavanje stanovništva smanjuje bazu potražnje za nekretninama.

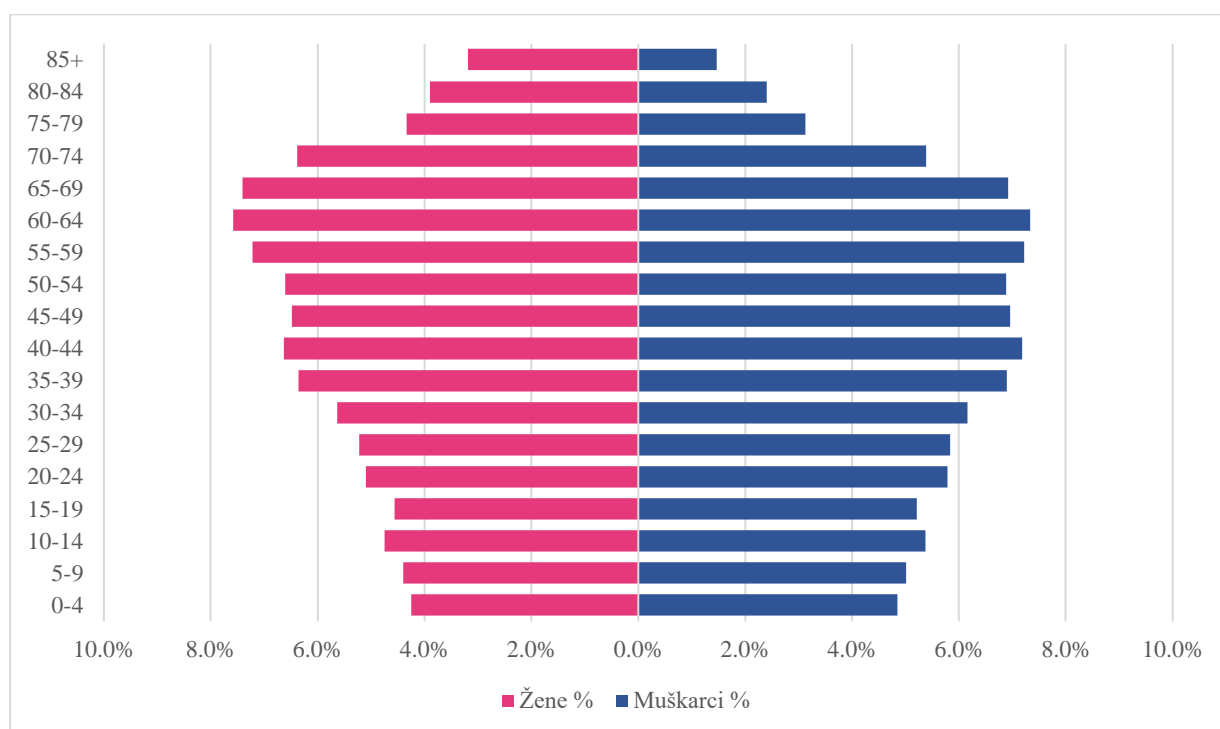
Grafikon 9. Migracije u Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2021. godine



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29030> [2. prosinca 2022.]

Grafikon 9. prikazuje kretanje iseljavanja i useljavanja stanovništva u Republiku Hrvatsku i izvan nje. Do 2017. godine došlo je do masovnog iseljavanja stanovništva s niskim stopama useljavanja. Nakon 2017. godine broj iseljenih ljudi se smanjuje dok broj useljenih stanovnika konstantno raste do 2019. godine. U 2020. godini smanjene su migracije kao rezultat mjera protiv pandemije COVID-19 koje su ograničile kretanja ljudi iz domicilnih područja. Nakon 2020. godine nastavlja se rast iseljenih i useljenih stanovnika. Povećanje useljenog stanovništva je rezultat radnih migracija gdje se useljava stanovništvo pretežito slabijeg obrazovanja sa svrhom pronalaska posla. Time se broj useljenih sve više približava iseljenom stanovništvu te dolazi do procesa zamjene stanovništva. Karakteristike useljenog stanovništva ne odgovaraju profilu idealnog kupca stambene nekretnine u Republici Hrvatskoj s obzirom na ekonomski status i namjenu dolaska u zemlju koja podrazumijeva uglavnom radni odnos.

Grafikon 10. Starosna struktura stanovništva u Hrvatskoj za 2021. godinu



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/> [1. prosinca 2022.]

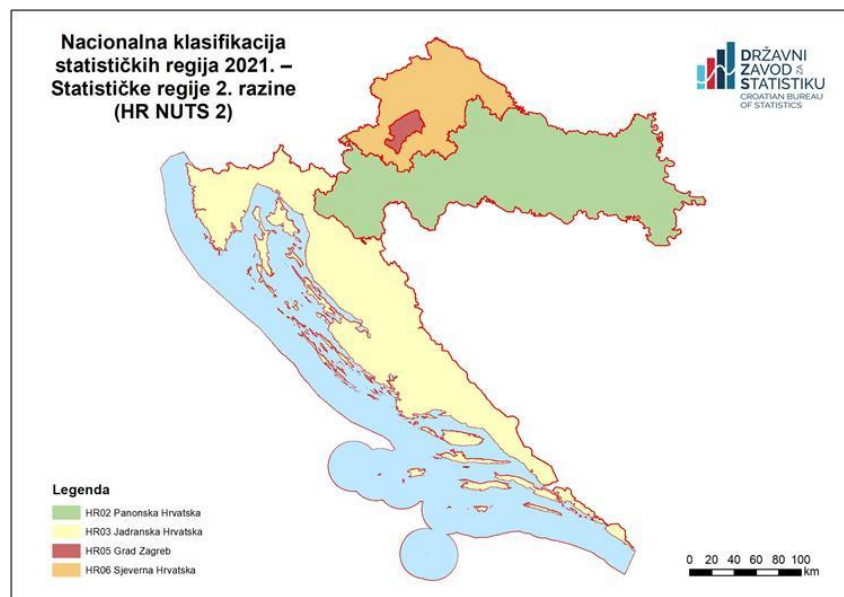
Grafikon prikazuje starosnu strukturu stanovništva tj. postotak stanovništva u određenoj dobnoj skupini. Većina stanovništva pripada dobnim skupinama od 45 godina nadalje što ukazuje na visok udio starijeg stanovništva u Hrvatskoj. Kako stanovništvo stari, broj pojedinaca koji žele kupiti dom ili uložiti u nekretninu općenito se smanjuje. To je zato što je veća vjerojatnost da će stariji pojedinci biti u mirovini i živjeti od fiksnih primanja, što im otežava kupnju ili ulaganje u nekretninu. Osim toga, veća je vjerojatnost da će povećanje broja starijih pojedinaca smanjiti broj radno sposobnog stanovništva koji će tražiti manje nekretnine kojima se lakše upravlja. To može dovesti do smanjenja potražnje za većim, skupljim kućama, što može negativno utjecati na tržište nekretnina. Također, kako populacija stari, ljudi su skloni preseljenju u manje jedinice ili useljavanju u domove za umirovljenike, ostavljajući za sobom veće kuće i stanove koje je teško prodati ili iznajmiti. To rezultira viškom stanova na tržištu te može dovesti do pada cijena nekretnina što situaciji u Hrvatskoj nije reprezentativno za promatrano razdoblje. Sve starije stanovništvo u Hrvatskoj negativno utječe i na gospodarstvo u cjelini. Kako stanovništvo stari, sve je manje ljudi dio radne snage, što može dovesti do smanjenja gospodarskog rasta i produktivnosti. To također može dovesti do smanjenja potražnje za nekretninama, jer je manje vjerojatno da će se ljudi preseliti ili kupiti nekretninu

ako nemaju povjerenja u gospodarstvo. Zaključno, starenje stanovništva u Hrvatskoj negativno utječe na tržište nekretnina. To je zbog prevelike ponude stanova, nedostatka potražnje za određenim vrstama stanova, smanjenja broja potencijalnih kupaca i iznajmljivača, smanjenja broja ljudi koji su sposobni i voljni uzeti hipoteku ili dugoročno iznajmiti, te smanjenje gospodarskog rasta i produktivnosti. Međutim, starenje stanovništva u Hrvatskoj ne utječe izravno na pad cijena nekretnina već djeluje kao jedan od međuovisnih čimbenika.

2.2.2. Geografski kriteriji

Geografski kriterij važan je aspekt segmentacije tržišta nekretnina. Omogućuje podjelu tržišta na različite geografske regije, kao što su gradovi, županije ili općine. Ova tehnika segmentacije koristi se za identifikaciju i ciljanje određenih geografskih područja koja imaju jedinstvene karakteristike, kao što su gustoća naseljenosti, klima i ekonomski uvjeti¹⁸. Razumijevanjem ovih karakteristika, posrednici nekretninama, investitori i trgovci mogu stvoriti učinkovite strategije za ciljanje određenih regija i bolje zadovoljavanje potreba lokalnih kupaca i iznajmljivača. Geografska segmentacija može pružiti vrijedan uvid u različite tržišne trendove i preferencije potrošača u različitim regijama.

Slika 1. Podjela Republike Hrvatske na četiri statističke regije 2. razine (NUTS 2)



Izvor: Državni zavod za statistiku (2021). Dostupno na: <https://dzs.gov.hr/UserDocsImages/450> [3. prosinca 2022.]

¹⁸ Kotler, P. et. al. (2017). op.cit., str. 107

Europska unija koristi klasifikaciju NUTS (Nomenclature of Territorial Units for Statistics) za prikupljanje i prezentaciju regionalnih podataka. Klasifikacija se temelji na geografskim, ekonomskim i društvenim kriterijima. Koristi se za izradu regionalne statistike, a koristi se i kao alat za regionalnu politiku i donošenje odluka¹⁹. 2019. godine Vlada Republike Hrvatske je usvojila Odluku o pokretanju postupka izmjene prostornih jedinica za statistiku 2. razine (NUTS 2). Prema Odluci, teritorij Hrvatske se dijeli na Panonsku Hrvatsku, Sjevernu Hrvatsku, Jadransku Hrvatsku i Grad Zagreb. Grad Zagreb glavni je i najveći grad Hrvatske s preko 790.000 stanovnika. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), Grad Zagreb je najrazvijenija regija u Hrvatskoj, s visokom razinom gospodarske aktivnosti i relativno visokim životnim standardom. Tržište nekretnina u Gradu Zagrebu karakterizira velika potražnja, prvenstveno zbog središnjeg položaja i dobro razvijene infrastrukture. No, visoke cijene nekretnina u Gradu Zagrebu mogu biti prepreka za neke kupce, a problem može predstavljati i ograničena raspoloživost zemljišta za novogradnju. Regija Panonske Hrvatske, koja obuhvaća Bjelovarsko-bilogorsku, Brodsko-posavsku, Karlovačku, Osječko-baranjsku, Požeško-slavonsku, Sisačko-moslavačku, Virovitičko-podravsku i Vukovarsko-srijemsku županiju, poznata je po velikom broju poljoprivrednih zemljišta i prirodnim bogatstvima²⁰. To može predstavljati priliku za građevinski sektor i investitore da se usredotoče na izgradnju nekretnina za poljoprivredu, šumarstvo i eko-turizam. Ove regije imaju kombinaciju urbanih i ruralnih područja, s jakim poljoprivrednim sektorom, kao i rastućom proizvodnjom i uslužnom industrijom. Ova kombinacija čimbenika čini ih privlačnima i domaćim i stranim kupcima koji traže ravnotežu urbanih sadržaja i prirodnog okruženja. Međutim, važno je napomenuti da te regije također imaju relativno nižu gustoću naseljenosti i nižu gospodarsku aktivnost u usporedbi s drugim regijama poput glavnog grada Zagreba ili obale. To može otežati privlačenje potencijalnih kupaca i zakupaca u ta područja, a može zahtijevati više ciljanih marketinških i prodajnih napora da bi bili uspješni. Sjeverna Hrvatska obuhvaća pet županija: Koprivničko-križevačku, Krapinsko-zagorsku, Međimursku, Varaždinsku i Zagrebačku županiju. Društveno-gospodarski pokazatelji svrstavaju većinu ovih županija, pa tako i Sjevernu Hrvatsku u cijelosti, među najnerazvijenija područja Republike Hrvatske²¹. Kao glavni razvojni

¹⁹ Eurostat (2021). *NUTS – Nomenclature of territorial units for statistics* [online]. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background> [22. prosinca 2022.]

²⁰ Savić, Z. et al. (2021). *Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali*. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora

²¹ Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (2021.) *Plan za industrijsku tranziciju sjeverne Hrvatske* [online]. Dostupno na: https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/Planovi%20industrijske%20tranzicije/Plan%20za%20industrijsku%20tranziciju%20Sjeverne%20Hrvatske_lektorirano_clean.pdf [22. prosinca 2022.]

izazovi ističu se neučinkovit regionalni eko sustav, nepovoljna poslovna klima za rast i razvoj MSP-ova, zastarjela proizvodna tehnologija, nedostatna ulaganja u istraživanje, razvoj i inovacije, nedovoljna umreženost razvojnih dionika u regionalnim lancima vrijednosti te neusklađenost tržišta rada s potrebama gospodarstva i nedostatak pametnih vještina za industrijsku tranziciju. U okviru potražnje za nekretninama, Sjeverna Hrvatska uvjerljivo predstavlja najmanje atraktivnu regiju za kupovinom iste. Regija s najvećim potencijalom i aktivnošću na tržištu nekretnina je Jadranska Hrvatska. Jadranska Hrvatska predstavlja obalno područje Hrvatske te se znatno razlikuje od ostalih NUTS 2 regija zahvaljujući položaju uz more. Krase ju ugodna klima, čisto Jadransko more te 78 otoka, 524 otočića i 642 hridi i grebena. Zahvaljujući navedenom, primarna djelatnost regije je turizam. Valja napomenuti kako Jadranska Hrvatska bilježi visoku turističku aktivnost u ljetnim mjesecima kao rezultat sezonalnosti. Sezonalnost u turizmu se definira kao neravnoteža koja se javlja u različitim vremenskim razdobljima kada je broj posjetitelja, njihova potrošnja, promet prijevoza, zaposlenost te dostupnost turističkih atrakcija na određenoj destinaciji značajno različita. Ovaj fenomen utječe na sve aspekte turističke ponude i potražnje, kao što su cijene, ljudski resursi, popunjenost kapaciteta, količina ponude, dostupnost aktivnosti i atrakcija²². Međutim, model turizma u kojem je 92,5% svih smještajnih kapaciteta locirano na području Jadranske Hrvatske i gdje se razvoj turizma dominantno događa na obali, povećavajući pritisak na spomenuta područja Hrvatske, nije održiv, niti društveno, niti okolišno. Trgovina nekretninama i rasprodaja zemljišta dio su neobuzdanog i euforičnog razvoja turizma Jadranske Hrvatske koja je uznapredovala do glavnog posla u turizmu, što traži nužnu i hitnu regulativu²³.

2.2.3. Socioekonomski kriteriji

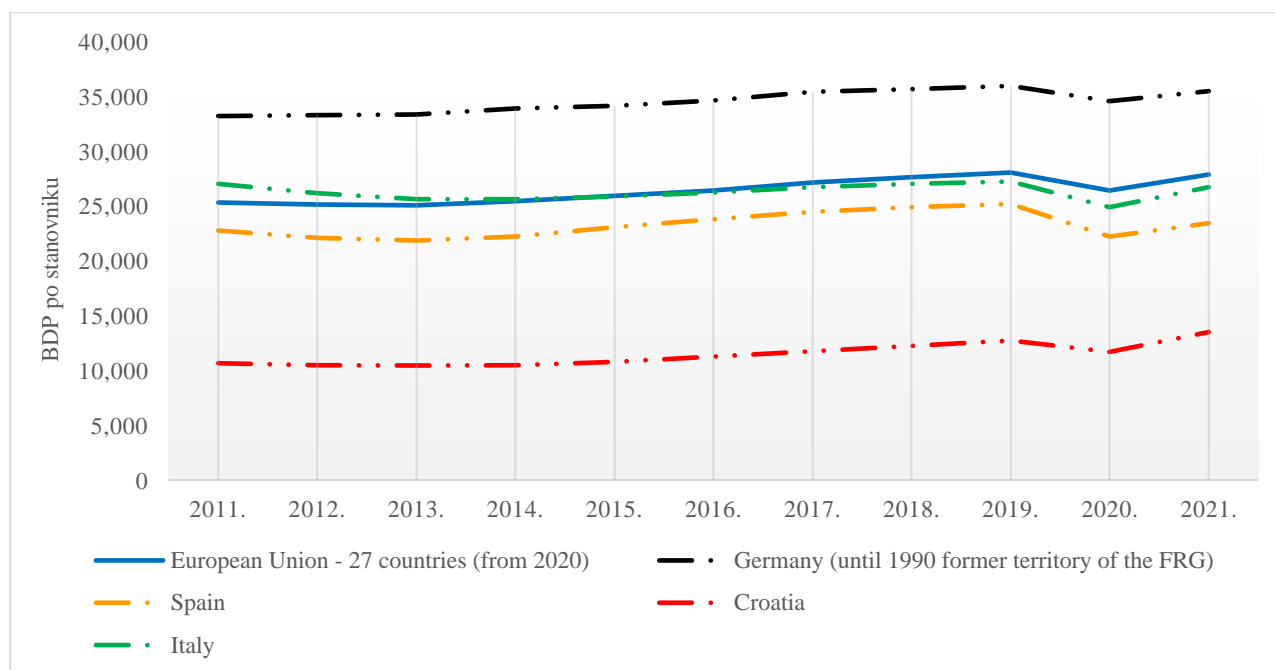
Analiza socioekonomskih kriterija za segmentaciju tržišta u industriji nekretnina u Hrvatskoj ključna je za razumijevanje trenutnog stanja i potencijalnog rasta tržišta. Čimbenici kao što su bruto domaći proizvod (BDP), kamatne stope, kupovna moć i stope nezaposlenosti daju uvid u ekonomsku stabilnost i kupovnu moć potencijalnih kupaca i investitora. Razumijevanje ovih čimbenika omogućuje razvojnim i marketinškim stručnjacima za nekretnine da kreiraju ciljane strategije i identificiraju profitabilna tržišta. U ovoj analizi je ispitano kako su ti društveno-

²² Kožić I., Krešić, D. i Boranić-Živoder, S. (2013). *Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta*. Ekonomski pregled, 64(2), str. 161

²³ Ministarstvo turizma i sporta (2022). *Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine* [online]. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (23. prosinca 2022.)

ekonomski čimbenici utjecali na industriju nekretnina u Hrvatskoj i kako bi mogli nastaviti oblikovati tržište u budućnosti.

Grafikon 11. Usporedba BDP-a po glavi stanovnika za Europsku uniju i odabrane zemlje za period 2011. – 2021.

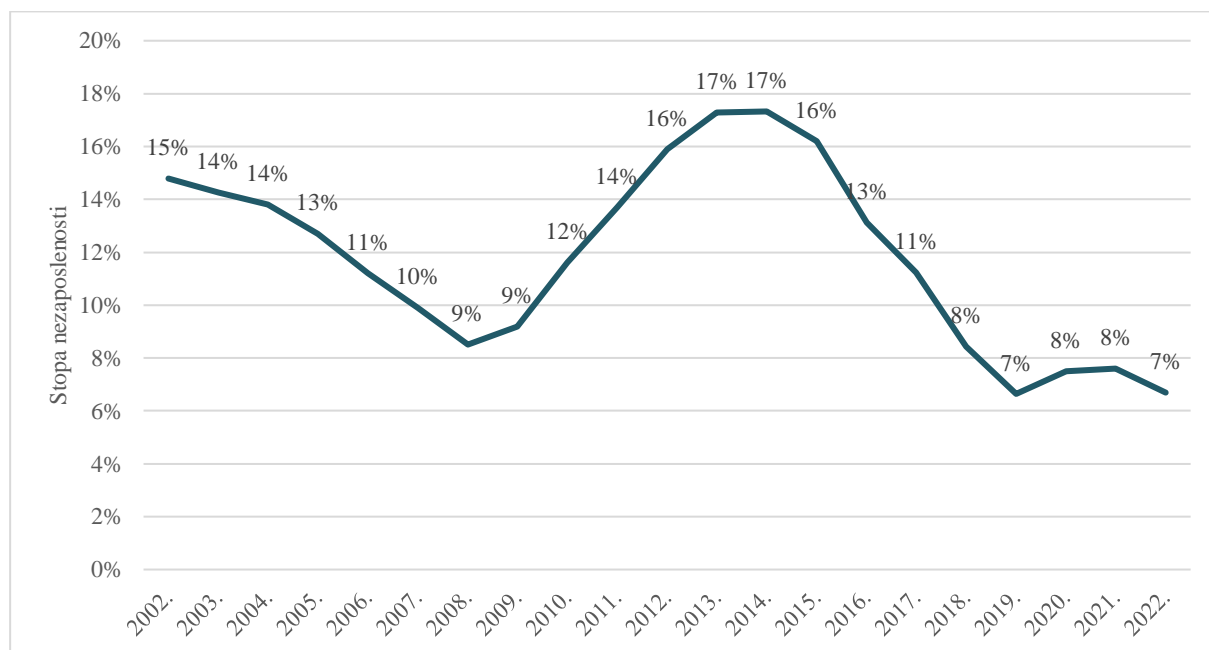


Izvor: Eurostat (2022). Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_10/default/table [5. prosinca 2022.]

Hrvatski BDP po glavi stanovnika konstantno je niži od prosjeka Europske unije i ostalih zemalja u navedenim podacima. U 2011. BDP Hrvatske po stanovniku iznosio je 10.680 dok je prosjek EU-27 bio 25.330, a Njemačke 33.200. Taj je jaz ostao relativno dosljedan tijekom godina, s hrvatskim BDP-om po glavi stanovnika od 13.500 u 2021., dok je prosjek EU-27 bio 27.880, a Njemačke 35.480. U usporedbi sa Španjolskom i Italijom, hrvatski BDP po stanovniku također je niži, ali razlika nije toliko značajna. U 2021. hrvatski BDP po glavi stanovnika bio je 42,8% niži od španjolskog i 49,6% niži od talijanskog. Unatoč tome, hrvatski BDP po stanovniku bilježi stabilan rast tijekom godina, povećavši se za 26,4% od 2011. do 2021. Taj se rast odražava na tržište nekretnina u zemlji jer povećana kupovna moć i ekonomska stabilnost mogu dovesti do povećane potražnje za stanovima i ostalim vrstama nekretnina. Potrebno je napomenuti da veći BDP po glavi stanovnika ne mora nužno jamčiti snažno tržište nekretnina, budući da i drugi socioekonomski čimbenici poput nezaposlenosti i kamatnih stopa također igraju ulogu. U mnogim zemljama, uključujući Hrvatsku, potražnju za stanovima i drugim vrstama nekretninama poput zemljišta često pokreću lokalno stanovništvo i građani.

Međutim, postoje i slučajevi kada strani kupci, poput investitora ili iseljenika, također mogu biti zainteresirani za kupnju nekretnine u zemlji. Na tržištima s velikom potražnjom i ograničenom ponudom, cijene su obično više, a strani kupci s više financijskih sredstava mogu nadmašiti domaće kupce.

Grafikon 12. Nezaposlenost u Republici Hrvatskoj za period 2002. – 2022.



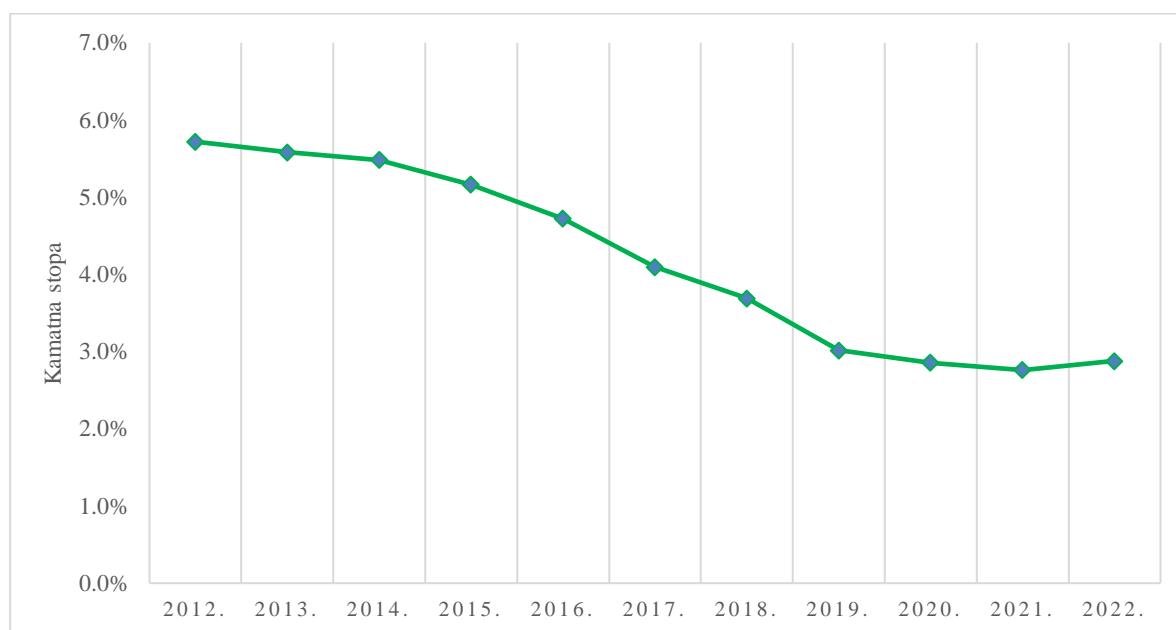
Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2022). Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistics/main-macroeconomic-indicators> [7. prosinca 2022.]

Navedeni podaci pokazuju stopu nezaposlenosti u Hrvatskoj u godinama od 2002. do 2022. Od 2002. do 2006. stopa nezaposlenosti fluktuirala je između 11% i 15%, uz blagi pad s 13,8% u 2003. na 12,7% uz konstantno smanjenje dosežući 8,5% u 2008. Smanjenje nezaposlenosti može se pripisati snažnom gospodarskom rastu u Hrvatskoj u tom razdoblju, potaknut čimbenicima kao što su turizam i strana ulaganja. Međutim, globalna financijska kriza iz 2008. godine, uzrokovana krizom drugorazrednih hipotekarnih kredita u Sjedinjenim Državama, imala je značajan utjecaj na hrvatsko gospodarstvo. Hrvatska je kao članica Eurozone bila pogođena vanjskim šokovima što je rezultiralo gospodarskim padom i stagnacijom, a stopa nezaposlenosti porasla je na 11,6% u 2010. i 13,7% u 2011. To je u skladu sa situacijom u Eurozoni tijekom tog razdoblja jer je financijska kriza dovela do recesija i većih stopa nezaposlenosti diljem kontinenta. Stopa nezaposlenosti nastavila je rasti na 15,9% u 2012., a dosegla je vrhunac od 17,3% u 2013. i 2014. Iako je Hrvatska do ulaska u Europsku uniju svejedno imala negativne migracijske trendove, sam pristupu u uniju i učinci ekonomske krize

su pojačali negativan trend migracija. Međutim, od 2015. do 2016. stopa nezaposlenosti se smanjila na 16,2%, odnosno 13,1%. Oporavak zemlje i provedba strukturnih reformi su dovele do poboljšanja poslovnog okruženja i povećanja stranih ulaganja. Od 2017. do 2021. stopa nezaposlenosti nastavila se smanjivati, dosegnuvši 8,4% u 2018., 6,6% u 2019. nakon čega nezaposlenost raste na 7,5% kao rezultat utjecaja pandemije COVID-19. Trend smanjenja može se pripisati gospodarskom rastu zemlje i posljedičnom povećanju domaće potrošnje i ulaganja. U 2022. godini stopa nezaposlenosti dosegla je 6,7% što je uz 2019. godinu najniže u posljednjih 20 godina. Taj se trend može pripisati tekućem gospodarskom oporavku, strukturnim reformama i konkurentskim prednostima zemlje kao što su turizam, poljoprivreda i obnovljivi izvori energije. Prema istraživanju provedenom u državama jugoistočne Europe postoji pet ključnih faktora koji utječu na napuštanje svoje države²⁴: Obrazovne mogućnosti, mogućnost zapošljavanja, nestanak političkih iluzija, društveno nepovjerenje te tjeskoba oko budućnosti. Starenje stanovništva kao demografski trend ima velik utjecaj na udio radno sposobnog stanovništva u Hrvatskoj s obzirom na nizak priljev mladog stanovništva u radnu dob, odlaskom stanovništva iz radne dobi te samom ekonomskom aktivnošću stanovništva. U usporedbi sa zemljama Europske unije, Hrvatska bilježi jednu od najnižih stopa aktivnosti. Broj stanovnika koji je zaposlen ili aktivno traži posao je značajno umanjen kao rezultat iseljavanja društva, ratnih posljedica, sive ekonomije i ostalih aktualnih trendova u zemlji. Niska stopa nezaposlenosti općenito ukazuje na snažno gospodarstvo i visoku razinu sigurnosti posla, što može dovesti do povećanog povjerenja potrošača i potrošačke moći. Kao rezultat toga, veća je vjerojatnost da će pojedinci i obitelji ulagati u kupnju nekretnine. Povećanje mogućnosti zapošljavanja od 2014. do danas dovelo je do porasta povjerenja potrošača, što je zauzvrat dovelo do porasta potražnje za stanovima. Prema tome, tržište nekretnina u Hrvatskoj postalo je aktivnije, prodaje se više nekretnina, a cijene rastu. Važno je napomenuti kako stopu nezaposlenosti treba promatrati uz postotak radno aktivnog stanovništva s obzirom na to da stopa nezaposlenosti sama za sebe nije dovoljno reprezentativan pokazatelj.

²⁴ Troskot Z., Prskalo, M.E., i Šimić Banović, R. (2019). *Ključne odrednice iseljavanja visokokvalificiranog stanovništva: Slučaj Hrvatske s komparativnim osvrtom na nove članice EU-a*. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 56 (4), str. 885

Grafikon 13. Kamatne stope na stambene kredite kućanstvima bez valutne klauzule u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2022.



Izvor: HNB (2022). Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistics/statistical-data/financial-sector/other-monetary-financial-institutions/credit-institutions/interest-rates> [8. prosinca 2022.]

Veliki broj literature o dinamici cijena nekretnina u razvijenim zemljama ne nudi jedinstveno objašnjenje za trendove cijena kuća²⁵. Međutim, relevantnost prihoda i kamatnih stopa kao pokretača cijena kuća potvrđena je u većini studija. Na primjer, Sutton je , koristeći tehniku vektorske auto-regresije²⁶, potvrdio relevantnost prihoda i kamatnih stopa za Nizozemsku, Irsku, Kanadu, Australiju te UK i SAD. Službenici irske središnje banke²⁷ te službenici španjolske središnje banke²⁸ dolaze do istog zaključka koristeći kointegracijsku analizu irskih i španjolskih podataka. Kamatne stope na hipoteke i druge vrste kredita izravno utječu na aktivnost tržišta nekretnina. Ako su kamatne stope niske, ljudima može biti pristupačnija kupnja kuće ili stana, što će dovesti do povećane potražnje i većeg broja transakcija. S druge strane, ako su kamatne stope visoke, ljudima bi moglo biti teže priuštiti kupnju nekretnina, što rezultira manjim brojem transakcija i smanjenom aktivnosti tržišta. Grafikon 12. prikazuje razinu kamatnih stopa na stambene kredite u kunama kućanstvima u Hrvatskoj za razdoblje 2012. do 2022. godine. Uočava se dugogodišnji trend smanjenja stope zaduživanja. Kamatna stopa varira

²⁵ Leung, C. (2004). Macroeconomics and housing: a review of the literature. *Journal of Housing Economics*, 8(1), str. 264.

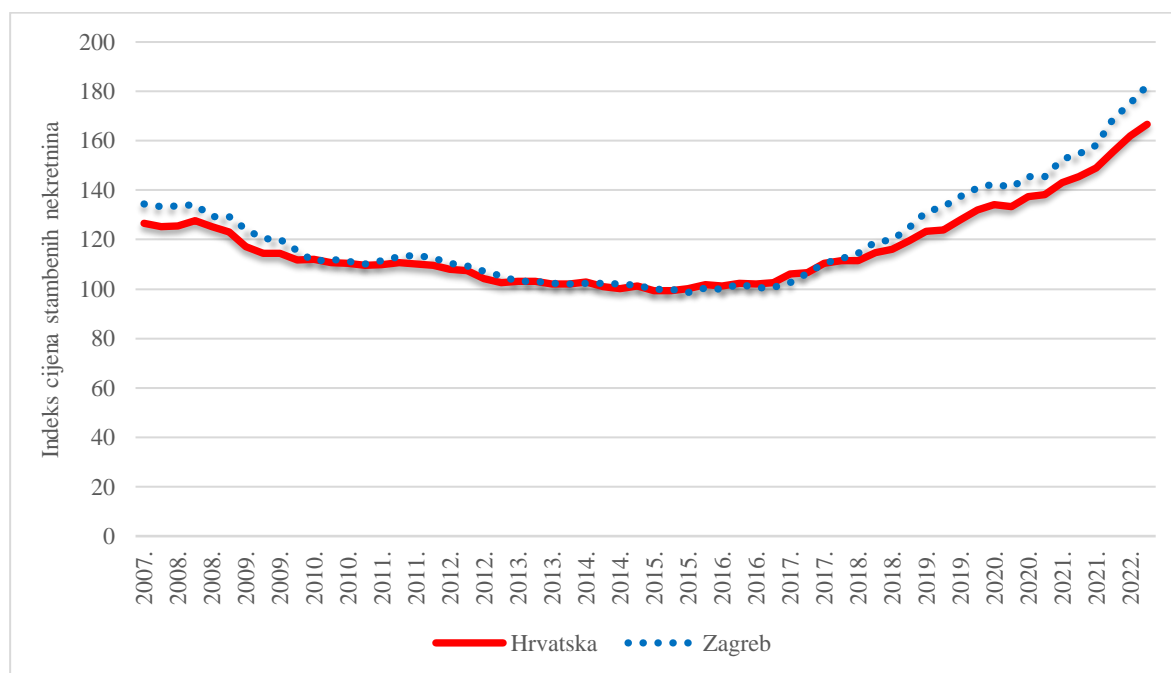
²⁶ Sutton, G. (2002). Explaining changes in house prices. *BIS Quarterly Review*, Rujan, Basel: BIS.

²⁷ Mcquinn, K. i O'Reilly, G. (2008). Assessing the role of income and interest rates in determining house prices. *Economic Modelling*, 25(3), str. 389.

²⁸ Pagés, J. i Maza, L.A. (2003). *Analysis of House Prices in Spain*. Banco de España Documento de Trabajo, No. 7. Madrid: Bank of Spain., str. 25

ovisno o rastu ili smanjenju ponude financijskih sredstava. U Hrvatskoj su tijekom promatranog razdoblja u većoj mjeri korištene ekonomske politike ekspanzivne naravi, povećavajući tako ponudu novca na tržištu. Dodatan razlog tomu je politika konvergencije koju su vlasti Republike Hrvatske provodile radi ispunjenja kriterija iz Maastrichta. S trendom niskih kamatnih stopa, stvara se pozitivna investicijska klima, povećavajući tako potražnju za nekretninama kao investicijskom imovinom. Osim prodajnih operacija, s niskim kamatnim stopama raste i aktivnost građevinskog sektora s obzirom na to da investitori mogu jeftinije financirati građevinske projekte. Međutim, postoji mogućnost da pretjerana izgradnja stambenih jedinica poremeti ravnotežu ponude i potražnje pri čemu veća ponuda u odnosu na potražnju izaziva pritisak na rast cijena.

Grafikon 14. Indeks cijena stambenih nekretnina u Republici Hrvatskoj za period 2007. – 2022.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/cijene/indeks-cijena-stambenih-nekretnina/> [8. prosinca 2022.]

Indeks cijena stambenih nekretnina (HPI) je statistička mjera koja prati promjene u cijeni košarice stambenih sredstava tijekom vremena. Razumijevanje odstupanja od ravnotežnih cijena na stambenim tržištima zahtijeva pouzdane i, za međunarodne usporedbe, dosljedno mjerene indekse cijena kuća (engl. House Price Indeks-HPI)²⁹. U Hrvatskoj se indeks cijena

²⁹ Silver, M. (2012). *Why House Price Indexes Differ: Measurement and Analysis* [online]. Dostupno na: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2012/wp12125.pdf> [27. prosinca 2022.]

stambenih nekretnina obično koristi za praćenje i analizu trendova na stambenom tržištu u zemlji, uključujući promjene u prosječnoj cijeni stanova, stopu aprecijacije ili deprecijacije i ukupnu pristupačnost stanova. Od prvog tromjesečja 2017. referentno razdoblje za indekse jest 2015=100. HPI za treći kvartal 2022. godine iznosi 162,44. To znači da je cijena domova u Hrvatskoj porasla za 62,44% od 2015. do trećeg tromjesečja 2022. Ovaj porast HPI-a sugerira da je stambeno tržište u Hrvatskoj s vremenom postalo skuplje i može se protumačiti kao znak inflacije stambenog tržišta. Jedna od ključnih značajki HPI-a je da se temelji na uzorku transakcija postojećih domova, a ne novogradnje. To znači da odražava cijene koje plaćaju stvarni kupci i prodavači na tržištu, a ne cijene domova koji možda još nisu izgrađeni ili prodani.

2.2.4. Kulturni kriteriji

Prilikom razmatranja kulturnih kriterija za tržišnu segmentaciju nekretnina u Hrvatskoj potrebno je uzeti u obzir nekoliko čimbenika. Jedan važan aspekt je vrsta stanovanja koju preferiraju različite kulturne skupine. Na primjer, neke kulture mogu više cijeniti tradicionalne, kamene kuće sa slamnatim krovovima i rustikalnim šarmom, dok druge možda preferiraju moderne, minimalističke stanove u visokim zgradama. Osim toga, određene kulturne skupine mogu dati prednost pogodnostima kao što je blizina vjerskih institucija, društvenih prostora ili kulturnih znamenitosti. Drugi važan kulturni faktor je stil života i dnevne navike različitih kulturnih skupina. Na primjer, neke kulture daju veću vrijednost velikom vanjskom prostoru za vrtlarjenje ili zabavu, dok druge mogu dati prioritet unutaršnjim sadržajima kao što su sauna ili velika kuhinja. Određene kulturne skupine također mogu dati prednost određenim tipovima susjedstava ili zajednica, poput onih koje su prohodnije, imaju jak osjećaj zajednice ili imaju raznoliku mješavinu kulturnih utjecaja. Također, važno je razmotriti povijesni i kulturni kontekst različitih regija u Hrvatskoj. Na primjer, područja sa snažnom turističkom poviješću mogu privući drugačiji tip kupaca od područja s izraženim poljoprivrednim ili industrijskim naslijeđem. Nadalje, obalna područja imaju različite kulturne utjecaje i sklonosti u usporedbi s regijama u unutrašnjosti. Primjerice, u Dubrovniku i Splitu, povijesna baština je važan kulturni kriterij za tržišnu segmentaciju nekretnina, budući da su ova dva grada dio UNESCO-ve svjetske baštine i mnogi strani kupci traže nekretnine koje su u blizini starog grada ili u samom starom gradu. S druge strane, u Zagrebu su moderna arhitektura i blizina gradskog središta važni kulturni kriteriji segmentacije tržišta. Nadalje, u Istri i Kvarneru blizina mora i mogućnost uživanja u mediteranskom stilu života važan je kulturni kriterij za segmentaciju tržišta. Kulturni

kriteriji za tržišnu segmentaciju nekretnina mogu uvelike varirati ovisno o određenoj regiji i kulturnoj skupini o kojoj je riječ. Za provedbu kulturne segmentacije potrebno je izračunati stopu kulturne participacije u određenim faktorima na određenom geografskom teritoriju. Potrebno je napomenuti činjenicu kako postoji raspodjela grupa u društveno hijerarhiziranom geografskom prostoru³⁰. Žarište ekonomskih i kulturnih vrijednosti nalaze se u metropolama i u njima se koncentriraju najveća financijska sredstva za održavanje kulturnih događaja. Prostor je ostao relativno neistražen u području kulturne participacije³¹, iako se različite razine participacija vežu upravo uz različite prostore.

2.2.5. Psihološki kriteriji

Odluka o kupnji stambene nekretnine za ljude predstavlja jednu od najvažnijih transakcija koje će ikada izvršiti te emocionalna privrženost kada kuća postaje dom je neizbježna. Iako je njezina važnost neosporna, funkcija potrošnje, kao i društvena i emocionalna perspektiva nekretnina često su zanemarene. Kućanstva imaju različite funkcije. Kupnja nekretnine je odluka o potrošnji i odluka o ulaganju³². Ova raznolikost čini ulaganje u imovinu teško usporedivom s drugom imovinom financijskih ulaganja koja ne osiguravaju izravnu potrošnju³³. Psihološki kriteriji segmentacije tržišta se mogu pregledati s investicijske perspektive i rezidencijalne perspektive.

2.2.5.1. Investicijska perspektiva

Investicijske odluke na tržištu nekretnina se tradicionalno smatraju racionalnim procesom. Taj proces je koncentriran na skup pravila koje bi donositelji odluka trebali pratiti³⁴. Proces kupovine nekretnine se može podijeliti na 5 razina³⁵. To uključuje: analizu inicijalnog okruženja, postavljanje ciljeva, analizu tržišnih uvjeta te kombinaciju taktičkih i financijskih odluka. Moguće je potvrditi da je preporučena literatura o ulaganju u nekretnine u vidu

³⁰ Bourdieu, P. (1985). The Social Space and the Genesis of Groups. *Theory and Society*, 1985, 14, str. 743.

³¹ Brook, O. (2016). Spatial equity and cultural participation: how access influences attendance at museums and galleries in London. *Cultural Trends*, 25(1), str. 22.

³² Shiller, R. J. (2006). Long-Term Perspectives on the Current Boom in Home Prices. *The Economists' Voice*, 2006, 3(4), str. 6.

³³ Benjamin, J.D., P.T. Chinloy i G.D. Jud. (2004). Why Do Households Concentrate Their Wealth in Housing?. *Journal of Real Estate Research*, 2004, 26(4), str. 341.

³⁴ Gallimore, P. i Gray, A. (2000). Decision Making in Small Property Companies. *Journal of Property Investment & Finance*, 2000, 18(6), str. 602

³⁵ Jaffe, A.J. i Sirmans, C.F. (1995). *Fundamentals of Real Estate Investment*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall

valuacije, povrata na investiciju i diversifikacije široko dostupna i dobro integrirana³⁶. S druge strane, literatura o donošenju odluka o ulaganju je rijetka, slabo integrirana i usmjerena primarno na institucionalne investitore³⁷. Razlog tomu je korištenje nepreciznih i nepotpunih tržišnih informacija, što donositelje odluka tjera da osobnim osjećajima doprinose donošenju odluke³⁸. Jedna od bitnih varijabli donošenja odluke je dostupnost informacija. Investitori češće ulažu u projekte za koje su informacije lako dostupne³⁹. Informacije mogu natjerati investitore da odstupe od normativnog procesa. Dostupnost može također rezultirati pristranošću u pogledu reprezentativnosti; investitori često uzimaju nedavne trendove promjena cijena kao reprezentativne umjesto pune distribucije povrata. Nesigurnost o vremenu do prodaje i marketinškom razdoblju čini nekretninu nelikvidnom. Ovi čimbenici predstavljaju izvore pristranosti. U konačnici, procijenjeni prinosi moraju biti usmjereni prema gore, a rizici prema dolje. Pristrano ponašanje se uočava i pri ocjenjivanju investicijskih projekata. Ukupni učinak često se analizira na temelju indeksa. Ti indeksi imovine su skloni izgladivanju i kašnjenju⁴⁰. Ovaj je fenomen rezultat činjenice da se indeksi nekretnina temelje na procjenama s kašnjenjem, čime se podcjenjuje stvarna volatilnost povrata imovine. Sugierira se da izgladivanje indeksa nekretnina može biti dovoljno veliko da utječe na investicijsku politiku i donošenje odluka. Ne postoji optimalna upotreba prošlih i trenutnih informacija zbog nedostatka transakcija ili povjerljivosti. Ovi visokofrekventni indeksi odražavaju opći trend, a ne tržišni trend⁴¹. Implikacija je da se rizikom ne može optimalno upravljati posebice ako postoji nedostatak podataka ili neispravnost istih. Zaključuje se da su i donošenje odluka i mjerenje učinka u korporativnom ulaganju u nekretnine pristrani; ili, prema Glaeseru: „Čini se da kupci nisu iracionalni, već kognitivno ograničeni ulagači koji rade s jednostavnim heurističkim modelima, umjesto sveobuhvatnim okvirom opće ravnoteže⁴²“. Također, smatra se da korištenje heuristike može biti povezano s nekretninskim balonima⁴³. Smatra se da prisutnost špekulacija među agentima za nekretnine ima potencijal za stvaranje mjehurića i padova. Ključna značajka modela je da heurističke spekulativne sile određuju potražnju za

³⁶ Brown, G.R. i Matysiak, G.A. (2000). *Real Estate Investment. A Capital Market Approach*. Pearson Education

³⁷ Gallimore, P., Gray, A. i Hansz, J.A. (2000). op. cit., str. 602.

³⁸ Gallimore, P. i Gray, A. (2002). The Role of Investor Sentiment in Property Investment Decisions. *Journal of Property Research*, 2002, 19(2), str. 114.

³⁹ Ackert, L., B. Church i N. Jayarman (2011). Is There a Link between Money Illusion and Homeowners' Expectations of Housing Prices?. *Real Estate Economics*, 2011, 39(2), str. 265.

⁴⁰ Barkham, R. i Geltner, D. (1994). Unsmoothing British Valuation-based Returns without Assuming An Efficient Market. *Journal of Property Research*, 1994, 11, str. 81.

⁴¹ Brown, G.R. i Matysiak, G.A. (2000). *Real Estate Investment. A Capital Market Approach*. Pearson Education.

⁴² Glaeser, E.L. (2013). A Nation of Gamblers: Real Estate Speculation and American History. *American Economic Review*, 2013, 103(3), str. 1.

⁴³ Dieci, R. i Westerhoff, F. (2012). A Simple Model of a Speculative Housing Market. *Journal of Evolutionary Economics*, 2013, 22(2), str. 329.

stanovima. Neki agenti vjeruju da se cijene približavaju svojoj fundamentalnoj vrijednosti, dok su drugi uvjereni da tržište bika ili medvjeda i dalje postoji.

2.2.5.2. Rezidencijalna perspektiva

Vlasništvo kuće je jedna od najučestalijih investicija. To posebice vrijedi za stanovništvo Hrvatske s obzirom na to da Republika Hrvatska bilježi stopu vlasništva nad kućom od 90,5% u 2021. godini⁴⁴. Stambena ulaganja su volatilan dio BDP-a i u značajnoj korelaciji s poslovnim ciklusom. Nekretnine kao investicija uvelike se razlikuju od ostalih ulaganja po tome što su vrlo nelikvidne zbog rijetkog trgovanja i heterogenosti imovine. Unatoč važnosti stambenih ulaganja za pojedince, kao i ukupna ekonomija, karakteristike rizika i povrata daleko su od potpuno razumljivih⁴⁵. Vlasništvo nad kućom je uobičajeno i često procijenjeno nisko rizičnim dugoročnim ulaganjem. Međutim, mnogi akademici su otkrili da kognitivna ograničenja utiču na stavove kućanstava o imovini. Jedno od tih ograničenja je pretjerani optimizam. Pretjerani optimizam najvažnija psihološka predrasuda na tržištima nekretnina⁴⁶. Nalazi pokazuju da kućanstva vjeruju u to da kupnja kuće ne uključuje veliki rizik i da će cijene kuća rasti više od 11% godišnje u prosjeku. Ovakav stav ukazuje na pretjerani optimizam. Pretjerani optimizam dovodi do pretjerane samouvjerenosti, predrasude koja nastaje iz mentalne iluzije kontrole. Dok pretjerani optimizam implicira optimistične buduće novčane tokove, pretjerana samouvjerenost implicira podcjenjivanje rizika. Još jedno kognitivno ograničenje kućanstava je efekt zamaha. Do njega dolazi prilikom promatranja kretanja cijene kao osnove budućih očekivanja cijena nekretnina. 2003. godine je provedeno istraživanje jesu li povećanja cijena potaknula ljude na kupnju kuće⁴⁷. U prosjeku, više od 80% ispitanika potvrdilo je da ih je povećanje cijena motiviralo da kupe kuću. Ovi nalazi potvrđuju nepoznavanje osnova i prisutnosti efekta zamaha. Zbog socijalnog pritiska, ljudi ne donose neovisne zaključke uvijek. Misao da ne mogu svi biti u krivu koristi se za racionalizaciju ponašanja krda. Pokazalo se da je ovakvo ponašanje izvor pogrešnog određivanja cijena i spekulativnih balona. Nemogućnost psihološke koordinacije uzrokuje to da ljudi ne mogu promijeniti svoja buduća očekivanja⁴⁸. Očekivanja u

⁴⁴ Statista (2021). *Homeownership rate in selected European countries* [online]. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/246355/home-ownership-rate-in-europe/>

⁴⁵ Goetzmann, W.N. (1993). The Single Family Home in the investment Portfolio. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 1993, 6(3), str. 222.

⁴⁶ Farlow, A. (2004). *The U.K. Housing Market: Bubbles and Buyers*. Credit Suisse: First Boston Housing Market Conference.

⁴⁷ Case, K.E., Quigley, J.M. i Shiller, R.J. (2003). *Home-buyers, Housing and the Macroeconomy*. Conference on Asset Prices and Monetary Policy.

⁴⁸ Shiller, R.J. (2005). *Irrational Exuberance*. Drugo izdanje. Princeton: Princeton University Press, 2005.

razdoblju procvata temelje se na nedavnim promjenama cijena u istoj regiji, kao i u drugim regijama. Općenito se smatra da cijene agregatno rastu diljem svijeta, što znači da ljudi neće vidjeti promjenu. Ovaj problem koordinacije značajno je pridonio pojavama zamaha i ponašanja krda posljednjih godina. Ponašanje krda ima važne posljedice. Prema istraživanju Shillera, preobilje je glavni uzrok razlike u cijeni i vrijednosti⁴⁹. On opisuje iracionalno izobilje kao društveni fenomen gdje tržišta dosežu „visoke i neodržive razine pod utjecajem tržišne psihologije“. Objašnjenja uključuju strukturne čimbenike kao što su internet i Ponzijeve sheme i kulturološki čimbenici poput popularnosti medijskog fenomena. Tvrdi da skokove cijena kuća treba promatrati kao socijalnu epidemiju. Još jedna psihološka predrasuda zbog koje kućanstva odstupaju od racionalnog ponašanja je teorija žaljenja. Ova teorija implicira da ljudi očekuju žaljenje zbog donošenja loše investicijske odluke. U praksi, ljudi su motivirani za ulazak na tržište imovine jer vide da drugi ljudi dobivaju visoke povrate na njihova ulaganja. Žaljenje igra značajnu ulogu na tržištima koja su nedavno pokazala pretjerani rast cijena. Osim žaljenja, jedna od predrasuda iracionalnog ponašanja je i novčana iluzija. Novčana iluzija jedna je od najčešće proučavanih anomalija u ekonomiji. Iluzija novca u nekretninama podrazumijeva neuspjeh potrošača da procijene alternative tijekom razdoblja inflacije zbog razlike između nominalne i stvarne vrijednosti. Pojava iluzije inflacije uzrokovana je opsjednutošću banaka i medija da objavljuju nominalne stope umjesto stvarnih stopa⁵⁰. Profesionalni trgovci također preferiraju korištenje nominalnih stopa jer nude mogućnost objavljivanja pogrešnih informacija. Sve u svemu, čini se da neo-klasični pristup gledanja na potrošače na tržištu nekretnina kao na racionalne pojedince nije održiv. Ograničenja, kao što su gore objašnjena, pokazuju da ponašanje potrošača često odstupa od racionalnog ponašanja što je primjenjivo i za prostor Hrvatske.

⁴⁹ Shiller, R.J. (2005). op.cit.

⁵⁰ Farlow, A. (2013). *Crash and Beyond. Causes and Consequences of the Global Financial Crisis*. Oxford University Press, 2013.

2.3. Stambeno kreditiranje u Republici Hrvatskoj

Kredit predstavlja određenu sumu novca koju korisnik kredita dobiva na određeni vremenski period po određenoj cijeni. Kod razmatranja odluke o podizanju kredita, bitno je uzeti u obzir sve zahtjeve i troškove koji su povezani s odobrenjem kredita.. Stanovanje i stambena politika jedan su od temeljnih problema društvenog, gospodarskog i političkog razvoja svake zemlje, pa tako i Hrvatske u kojoj su stvoreni pravni uvjeti za primjenu različitih modela stambenog financiranja kako bi se iznašla pristupačna rješenja koja bi prosječnom hrvatskom građaninu omogućila riješiti svoje stambeno pitanje⁵¹.

2.3.1. Institucije stambenog financiranja

Društva koja primaju depozite i druga novčana sredstva od javnosti s obvezom vraćanja te odobravaju kredite za vlastiti račun nazivaju se kreditne institucije. Unatoč tome što druge financijske institucije mogu odobravati kredite, kreditne institucije se razlikuju od ostalih institucija po tome što jedine imaju pravo primati novčane depozite, bez obzira na naziv. Kreditne institucije u Europskoj uniji obuhvaćaju poslovne banke, brojne štedne depozitne institucije (štedionice, poštanske štedionice, poljoprivredne kreditne institucije, kooperativne banke, specijalne banke) i još neke institucije koje primaju depozite ili sredstva prikupljaju emisijama dugoročnih zadužnica (kao stambena društva ili kreditna društva)⁵².

2.3.2. Hipotekarni kredit

Hipotekarni kredit posebna je vrsta izrazito dugoročnog kredita. Banke, štedionice i specijalne hipotekarne institucije odobravaju ga građanima kao stambene (rezidencijalne) kredite i poduzećima (poslovne hipoteke) na osnovi pokrića u nekretninama⁵³. Namjena korištenja hipotekarnog kredita može biti financiranje izgradnje i kupnje kuće, zemljišta, apartmana ili stanova, vikendica te izgradnja, dogradnja, dovršenje, nadogradnja, rekonstrukcija i adaptacija građevina, kao i kupovina objekata u izgradnji, garaža, poslovnih prostora (osim proizvodnih i skladišnih prostora), a nerijetko i rudnika ili naftnih bušotina. Otplata i vraćanje hipotekarnog kredita osigurava se pravnim postupkom upisa (intabulacija) hipoteke u zemljišnim knjigama u sudskoj gruntovnici. Omjer zajma i vrijednosti, izračunat kao iznos zajma u omjeru s transakcijskom cijenom založene imovine, nedvojbeno je jedan od najčešće korištenih

⁵¹ Tepuš, M.M. (2004). Analiza modela stambenog financiranja u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 58(7-8), str. 465.

⁵² Leko, V. i Stojanović, A. (2018). *Financijske institucije i tržišta*. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb. str. 38.

⁵³ Leko, V. i Stojanović, A. (2018). op. cit. str. 154.

pokazatelja za mjerenje financijske poluge i procjenu kreditnog rizika u Hrvatskoj i širom svijeta. Budući da imovina koju je stekao zajmoprimac služi kao osiguranje za zajam, kako se LTV (eng. loan-to-value) omjer povećava, kreditni rizik eskalira. Prvo objašnjenje, viši LTV omjer povećava vjerojatnost negativnog kapitala (tj. vrijednost imovine pada ispod stanja hipoteke). Kao rezultat toga, vjerojatnije je da će doći do neispunjenja obveza. Drugo, u slučaju neispunjavanja obveza, veći LTV omjer znači da je manje vjerojatno da će kolateralizirana imovina donijeti dovoljan prihod od prodaje prilikom ovrhe za pokrivanje nepodmirenog duga zajma, zaostalih plaćanja i drugih troškova ovrhe koje je imao zajmodavac. Prema tome, gubitak u slučaju neplaćanja će biti veći⁵⁴. Hrvatska Narodna Banka prema Preporuci ESRB/2013/1 donosi prijedlog kao sredstvo sprječavanja prekomjernog kreditnog rasta i primjene financijske poluge da radi praćenja uvjeta odobravanja kredita za sve stambene potrošačke kredite i nestambene kredite potrošačima računaju i uspostave evidenciju o sljedećim omjerima⁵⁵:

- LTI (engl. *loan-to-income*) jest omjer iznosa odobrenoga kredita i ukupnoga godišnjega raspoloživog dohotka potrošača u trenutku odobravanja kredita.
- DTI (engl. *debt-to-income*) jest omjer ukupnog duga potrošača i ukupnoga godišnjega raspoloživog dohotka potrošača u trenutku odobravanja kredita.
- LSTI (engl. *loan-service-to-income*) jest omjer godišnjeg troška otplate kredita i ukupnoga godišnjega raspoloživog dohotka potrošača u trenutku odobravanja kredita.
- DSTI (engl. *debt-service-to-income*) jest omjer godišnjeg troška otplate ukupnog duga i ukupnoga godišnjega raspoloživog dohotka potrošača u trenutku odobravanja kredita.
- LTV (engl. *loan-to-value*) jest omjer iznosa odobrenoga kredita i vrijednosti instrumenta osiguranja u trenutku odobravanja kredita.

⁵⁴ Xun, B., Zhengu, L. i Yingchun, L. (2018). House price, loan-to-value ratio and credit risk. *Journal of Banking & Finance*, 2018, 92, str. 2.

⁵⁵ Hrvatska Narodna Banka (2013). *Preporuka o postupanju pri odobravanju nestambenih kredita potrošačima* [online]. Dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2042017/hp28022019_preporuka.pdf/6cf30cf5-72d1-95e2-b3a5-8a10060b6839?t=1551348563264 [3. siječnja 2023.]

Kod hipotekarnih kredita ugovara se fiksna ili promjenjiva godišnja kamatna stopa. Sastavljena je od referentnog kamatnjaka (LIBOR, EURIBOR, ZIBOR) i fiksnog dodatka, a ovisi o iznosu i roku kredita, kolateralu, vlastitom učešću, kreditnoj povijesti i o ukupnom odnosu dužnika s bankom⁵⁶. Hipotekarni krediti postoje kao:

- Stambeni krediti pojedincima uz hipoteku nad stambenim vlasništvom (kuća, stan).
- Poslovni hipotekarni krediti poduzećima osigurani hipotekom na nekretnine s poslovnom svrhom.
- Poljoprivredni hipotekarni krediti farmerima i poljoprivrednim poduzećima osigurani Poljoprivrednim hipotekama (zemlja, poljoprivredni objekti).
- Građevinski krediti investitorima u građevinske objekte za prodaju, leasing, najam.

Najvažnija vrsta hipotekarnih kredita su stambeni krediti kojima se financira isključivo pribavljanje stambenog prostora i koji su uvijek osigurani hipotekom na stambene nekretnine. Založno pravo kreditora kod stambenih kredita mora biti prvog reda, ali moguće je uspostaviti i daljnje hipoteke na preostalu vrijednost založene nekretnine, pod uvjetom da su pravno uređeni redosljed i prava kreditora pa pojam hipotekarnih kredita obuhvaća i raznovrsne nestambene gotovinske kredite na osnovi druge hipoteke ili na osnovi hipoteke na bilo kojoj nekretnini⁵⁷. Razlikuju se stambeni i hipotekarni krediti u Hrvatskoj, pri čemu ukupni iznos odobrenih stambenih kredita premašuje hipotekarne kredite za oko dvadeset puta. Hipotekarni krediti su dugoročni, nenamjenski krediti odobreni uz nekretninu kao kolateral. Vlasništvo kuće ili stana imovina je koja može poslužiti kao kolateral u drugoj hipoteci u slučaju potrebe za većim iznosom novca. Sama nekretnina rijetko je izvor otplate, već se oni otplaćuju iz dužnikovih tekućih prihoda iz poslovanja ili iz njegove osobne imovine i primanja. Nenamjenski hipotekarni krediti najčešće se koriste jednokratno, ali sve se šire primjenjuju dugoročne hipotekarne kreditne linije, koje se odobravaju uz kolateral kuće/stana ili fiksne aktive tvrtki, a dužnik ima diskrecijsko pravo koristiti liniju do odobrenog limita kada hoće i za bilo koje namjene, u utvrđenom roku.

⁵⁶ Leko, V. i Stojanović, A. (2018). op.cit. str. 156.

⁵⁷ Leko, V. i Stojanović, A. (2018). op.cit. str. 157.

2.3.3. Subvencionirani stambeni krediti

Potražnja za nekretninama značajno ovisi o uvjetima i mogućnostima financiranja nekretnine. Zakonom o subvencioniranju stambenih kredita⁵⁸ Republika Hrvatska regulira subvencioniranje stambenih kredita koje građani uzimaju od kreditnih institucija za kupnju ili izgradnju nekretnine kako bi riješili svoje stambeno pitanje. Ova mjera ima za cilj potaknuti demografsku obnovu društva, urbano obnavljanje naselja, smanjenje iseljavanja mladih obitelji i pomoć građanima. Sredstva za subvencioniranje kredita osiguravaju se u državnom proračunu Republike Hrvatske na glavi APN-a (Agencije za pravni promet i posredovanje nekretninama). Građaninu s prebivalištem na teritoriju Republike Hrvatske, koji ispunjava uvjete za dobivanje stambenog kredita utvrđene od strane kreditne institucije, a koji uzima kredit od te institucije za kupnju ili gradnju stambenog objekta radi rješavanja svog stambenog pitanja, može se odobriti subvencioniranje kredita. Zahtjev za subvencioniranjem kredita mogu podnijeti građani mlađi od 45 godina koji nemaju stan ili kuću u vlasništvu, kao ni njihovi bračni ili izvanbračni partneri, životni partneri ili neformalni životni partneri. Subvencioniranje kredita odobrava se samo za kupnju stana ili kuće čija cijena s porezom na dodanu vrijednost po m² neto površine stana ili kuće nije veća od 1.500 EUR. Cijena po m² neto korisne površine stana ili kuće može biti veća od 1.500 EUR, ali se u tom slučaju njegova razlika ne subvencionira. Subvencioniranje kredita odobrava se za kredit čiji iznos ne prelazi 100.000 EUR koji može biti veći od navedenog iznosa, ali se u tom slučaju njegova razlika ne subvencionira. Kredit koji građanin uzima od odabrane kreditne institucije subvencionira se sredstvima iz proračuna Republike Hrvatske tako da se tim sredstvima prvih pet godina plaća dio mjesečnih obroka ili anuiteta koji ovisi o skupini u kojoj se nalazi grad ili općina prema indeksu razvijenosti na dan objave javnog poziva. Postoji osam skupina prema indeksu razvijenosti te subvencionirani udio mjesečnih obroka ili anuiteta iznose 30% - 51% ovisno o skupini⁵⁹. Provedbu ugovora o subvencioniranom kreditu prate odabrana kreditna institucija i APN. (Narodne novine br. 146/2020.) Najbolji pokazatelj nekretninskog balona je rast kreditne aktivnosti⁶⁰. Kada se kreditna aktivnost značajno poveća u odnosu na ekonomski rast, stvaranjem novih kredita se potiče rast, no ekonomski rast nije održiv kada prestane razdoblje ekspanzije. U cilju održivosti, rast domaćih kredita ne bi trebao premašiti ekonomski rast neke zemlje, mjereno rastom BDP-a, u koeficijentu iznad 2:1.

⁵⁸ Narodne novine (2020). *Zakon o subvencioniranju stambenih kredita*. Zagreb: Narodne novine d.d.

⁵⁹ Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN) (2017). *Put do subvencioniranih stambenih kredita*. [online] Dostupno na: <https://apn.hr/subvencionirani-stambeni-krediti/put-do-kredita>

⁶⁰ Mustać J. (2019). Cjenovni balon na tržištu nekretnina u Hrvatskoj. *Oeconomica Jadertina*, 9(1), str. 79

Tablica 10. Pregled udjela ukupno izdanih kredita kućanstvima po županijama u % za period 2018. – Q3 2022.

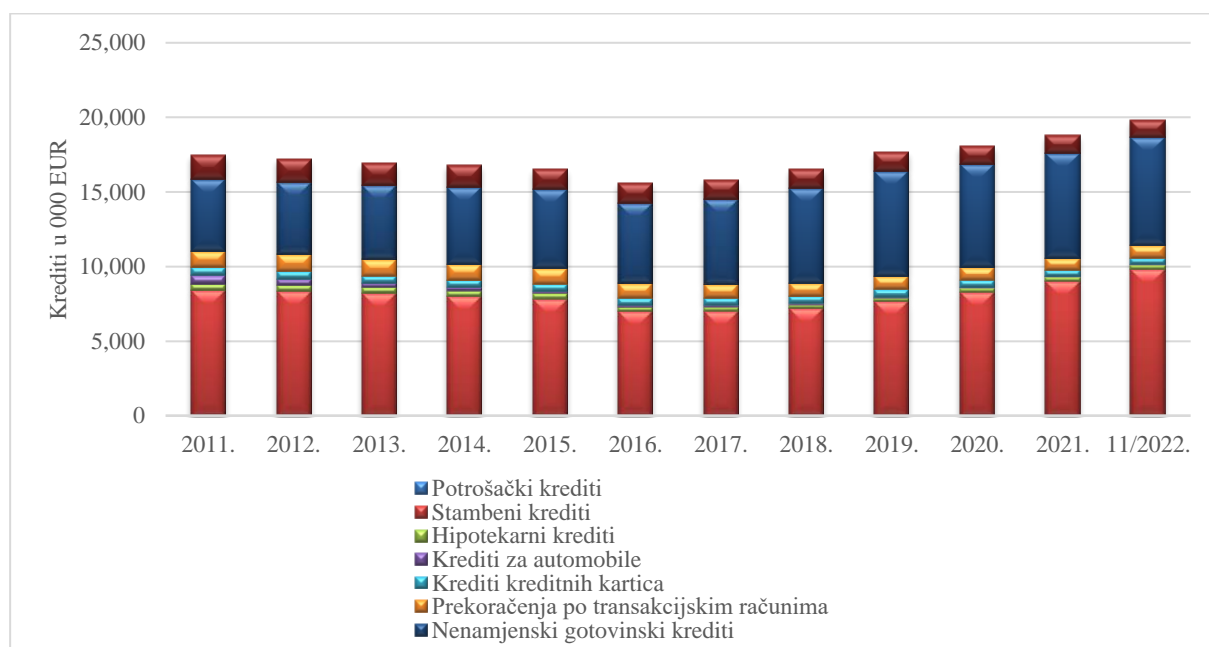
Županija	2018.	2019.	2020.	2021.	Q3 2022.
Grad Zagreb	25,67	25,33	25,56	25,99	26,18
Splitsko-dalmatinska	9,54	9,79	9,93	9,98	10,02
Zagrebačka	8,76	8,52	8,38	8,44	8,51
Primorsko-goranska	7,97	7,95	7,87	7,67	7,58
Osječko-baranjska	5,98	5,98	5,92	5,85	5,81
Istarska	5,95	5,92	5,92	5,77	5,65
Zadarska	4,01	4,11	4,27	4,38	4,41
Varaždinska	3,68	3,75	3,72	3,74	3,76
Dubrovačko-neretvanska	3,57	3,60	3,58	3,50	3,39
Sisačko-moslavačka	3,08	3,05	2,96	2,86	2,81
Krapinsko-zagorska	2,68	2,72	2,68	2,67	2,71
Vukovarsko-srijemska	2,52	2,54	2,50	2,47	2,47
Međimurska	2,30	2,34	2,41	2,43	2,46
Brodsko-posavska	2,40	2,39	2,34	2,34	2,36
Karlovačka	2,31	2,33	2,32	2,29	2,28
Koprivničko-križevačka	2,10	2,12	2,11	2,13	2,13
Bjelovarsko-bilogorska	2,01	2,05	2,03	2,04	2,04
Šibensko-kninska	1,87	1,88	1,88	1,87	1,84
Virovitičko-podravačka	1,26	1,31	1,28	1,26	1,27
Požeško-slavonska	1,15	1,16	1,16	1,17	1,18
Ličko-senjska	1,01	1,00	0,99	0,95	0,91
Ostatak svijeta	0,16	0,17	0,18	0,20	0,23

Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2022). Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistika/statisticki-podaci/sve-tablice-po-datumu-objave> [10. prosinca 2022.]

Prema prikazanim podacima vidljiva je najveća kreditna aktivnost za županije Grad Zagreb, Splitsko-dalmatinsku, Zagrebačku, Primorsko-goransku te Osječko-baranjsku županiju. Tih pet županije bilježe 58,1% ukupnih izdanih kredita kućanstvima. Postoji nekoliko faktora visokog udjela izdanih kredita u promatranim županijama. Ove regije bilježe najveći broj stanovnika te su ekonomski najrazvijenije u Hrvatskoj. Grad Zagreb je glavni grad i ekonomsko i kulturno središte zemlje. Kao rezultat toga, vjerojatnije je da će postojati veća potražnja za financiranjem u ovim županijama s obzirom na to da će stanovništvo i poduzeća zahtijevati više financiranja za različite svrhe poput kupovine nekretnine, otvaranja poduzeća ili investirati u nove projekte. Osim toga, ove regije sadržavaju veći broj financijskih institucija, poput banaka i ostalih kreditnih institucija, što građanima i poduzećima čini pristupačnije dobiti kredit. Također, to može značiti veću konkurenciju među financijskim institucijama što može dovesti do boljih

kreditnih paketa i nižih kamatnih stopa. Posljedice ovakve koncentracije kredita u nekoliko regija su otežane mogućnosti ostalih regija da dobiju kredit. To izravno utječe na građane i poduzeća u tim regijama da ulažu i rastu, što može dovesti do ekonomskog jaza između županija. Dodatno, ako kredit nije jednako distribuiran, može doći do narušavanja ravnoteže u ekonomiji čineći ju ranjivom na ekonomske padove. Međutim, ovakva situacija nije specifična samo za Hrvatsku već i mnoge ostale zemlje. Razlozi poput gustoće naseljenosti, geografske rasprostranjenosti, ekonomske aktivnosti i prisutnosti financijskih institucija dovodi do različitih koncentracija izdanih kredita.

Grafikon 15. Distribucija izdanih kredita kućanstvima po vrsti kredita u 000 EUR za period 2011. – 11./2022.



Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2022). Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistics/statistical-data/financial-sector/other-monetary-financial-institutions/consolidated-balance-sheet-of-omfis> [10. prosinca 2022.]

Prema Grafikonu 15., većinu izdanih kredita kućanstvima čine stambeni krediti i nenamjenski gotovinski krediti. S druge strane, potrošački, hipotekarni i ostale vrste kredita bilježe konstantno smanjenje. Do 2017. godine vrijednost izdanih stambenih kredita se smanjuje na razinu od 7 milijardi EUR. U narednom razdoblju do 11. mjeseca 2022. godine vrijednost stambenih kredita konstantno raste do gotovo 10 milijardi EUR. Promjena od 40% između 2017. i 2022. godine rezultat je nekoliko faktora. Primarni razlog je prisutnost okruženja niskih kamatnih stopa što posuđivanje novca čini „jeftinijim“. Niske kamatne stope izravno utječu na

povećanje potražnje za kreditima te čine kupovinu kuće znatno jeftinijom. Prema konvencionalnom modelu cijena kuća „user-cost“, vrijednosti kuća smatraju se vrlo osjetljivima na kamatne stope, posebno za vrijeme niskih kamatnih stopa. User-cost metoda sastoji se od procjene svakog od troškova koje bi vlasnici stanova morali uzeti u obzir pri određivanju tržišne najamnine ako su odlučili svoje stanove iznajmiti drugim ljudima, a ne sami živjeti u njima⁶¹. Kalibracija ovog modela može objasniti skok cijena nekretnina s opaženim padom kamatnih stopa. Međutim, prema empirijskim istraživanjima vrijednosti kuća nisu toliko osjetljive na kamatne stope kao što to predviđa user-cost model⁶². Pad stopa zaduživanja može objasniti samo niska povećanja cijena nekretnina. Umjesto toga, veću osjetljivost na kamatne stope imaju stambene aktivnosti prodaje i gradnje. U različitim dijelovima Hrvatske su važne različite determinante cijena⁶³. Za cijelu Hrvatsku, glavni faktori koji objašnjavaju cijene su stambeni krediti, BDP, udio loših kredita te vremenski pomak zavisne varijable. Prema provedenom istraživanju Tice⁶⁴ za Grad Zagreb, najveći i najrobusniji utjecaj na kretanje cijena imala varijabla koja označava razdoblje u kojem je uveden program subvencioniranja stambenih kredita, a koja u određenim modelima objašnjava gotovo kompletan rast cijena. U Jadranskoj Hrvatskoj je udio loših kredita i stambenih kredita čimbenik kao i na nacionalnoj razini, ali je utjecaj BDP-a i autokorelacije manje robusan. U ostatku Hrvatske stambeni krediti, vremenski pomak zavisne varijable i udio loših kredita djeluju kao ključni čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina.

⁶¹ World Bank (2010). *Guidelines for the User Cost Model to calculate rents for owner occupied housing* [online]. Dostupno na: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/309521487262215444-0050022017/original/03.03ICPTAG03GuidelinesN.pdf> [4. siječnja 2023.]

⁶² Liu, H. et al. (2021) *The Housing Boom and the Decline in Mortgage Rates*. New York: Federal Reserve Bank of New York. Dostupno na: <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2021/09/the-housing-boom-and-the-decline-in-mortgage-rates/> [4. siječnja 2023.]

⁶³ Tica, J. (2020). Čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 18(2), str. 30

⁶⁴ Tica, J. (2020). op. cit. str. 31

3. Utjecaj turizma na cijene nekretnina u Republici Hrvatskoj

Hrvatska je popularna turistička destinacija koja privlači turiste još od sredine 19-og stoljeća s pojavom prvih turističkih destinacija na području Kvarnerske rivijere. Milijuni posjetitelja dolaze svake godine zahvaljujući zapanjujućoj prirodnoj ljepoti, bogatoj kulturnoj baštini i raznolikom spektru rekreacijskih aktivnosti. Zadivljujuća obala, koja se proteže preko 5.800 kilometara, dugo predstavlja glavnu atrakciju za turiste. Jadransko more, poznato po kristalno čistom moru, idealno je okruženje za kupanje, sunčanje i sportove na vodi. Osim mora, postoji niz povijesnih gradova poput Dubrovnika, Splita i Zagreba, koji nude posjetu bogatoj kulturnoj baštini zemlje. S rastom turizma, tržište nekretnina u zemlji također raste, a mnogi investitori kupuju nekretnine u Hrvatskoj kao kuće za odmor ili nekretnine za iznajmljivanje. To je potaknuto rastućim gospodarstvom zemlje i sve većem brojem turista koji posjećuju zemlju svake godine. Najpopularnija turistička odredišta u Hrvatskoj su Dubrovnik, Split te otoci Hvar i Brač, koji su poznati po svojim slikovitim plažama, šarmantnim gradovima i selima te zabavnom noćnom životu. Tržište nekretnina u tim je područjima posebno snažno, s mnogim nekretninama u funkciji iznajmljivanja. Također postoje mnoge mogućnosti za ulaganja u drugim dijelovima zemlje, kao što su povijesni grad Zagreb i Nacionalni park Plitvička jezera, koji je lokalitet UNESCO-ve svjetske baštine. Kombinacija turizma i nekretnina u Hrvatskoj čini je atraktivnom destinacijom i za turiste i za investitore. Kako zemlja nastavlja privlačiti sve više posjetitelja svake godine, a gospodarstvo nastavlja rasti, potražnja za nekretninama će vjerojatno nastaviti rasti. Uz rast turizma, graditelji i investitori su prepoznali potencijal za zaradu na tržištu i počeli graditi nove nekretnine posebno namijenjene turistima. To uključuje apartmane za najam, hotele i odmarališta. Uz pogodno makroekonomsko okruženje, to je dovelo do procvata razvoja nekretnina u turističkim odredištima, što može osim pozitivnih, imati i negativne učinke na lokalno gospodarstvo. Nadalje, pretjerani turizam u određenim područjima može dovesti do negativnih utjecaja na lokalnu zajednicu i okoliš⁶⁵. Grad Dubrovnik je jedno od glavnih područja pogođeno pretjeranim turizmom u Hrvatskoj. Prema podacima Turističke zajednice grada Dubrovnika, Staru gradsku jezgru godišnje posjeti više od 8 milijuna posjetitelja, što daleko premašuje preporučeni kapacitet od 1.4 milijuna posjetitelja. Ovaj priljev turista doveo je do prenapučenosti, dugih redova i oštećenja gradskih povijesnih građevina, kao i do pada kvalitete života za stanovnike koji prijavljuju probleme poput buke, zagađenja te poskupljenja života zahvaljujući turistima. Prema tome, postavlja se pitanje

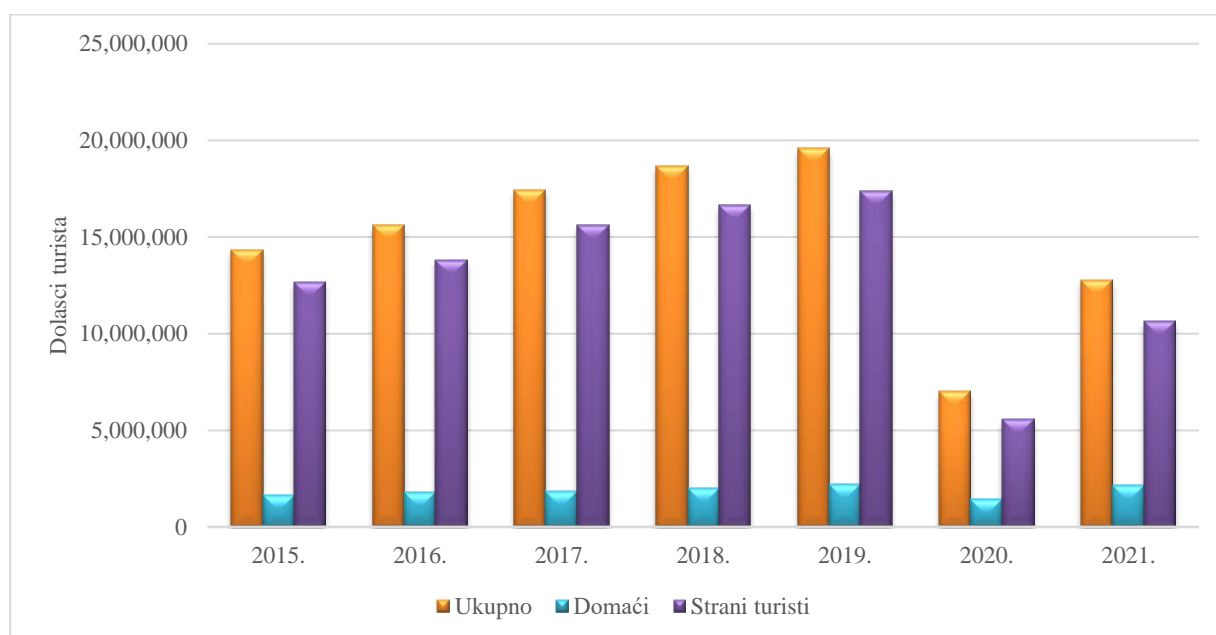
⁶⁵ Magaš, D., Vodeb, K. i Zadel, Z. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu: Sveučilište u Rijeci, str. 98

možnosti realizacije održivog razvoja u turizmu koji ima za cilj uravnotežiti gospodarski rast sa zaštitom okoliša i dobrobiti lokalnih zajednica.

3.1. Osnovni pokazatelji turističkog prometa u Republici Hrvatskoj

Kao najveći čimbenik BDP-a Hrvatske, turizam ima iznimno važnu ulogu u razvoju gospodarstva. Učinci turizma na gospodarstvo zemlje ovise, s jedne strane, o sadržaju i kvaliteti neposrednih turističkih usluga kao i o tome koliko je ostatak gospodarstva zemlje sposoban osigurati proizvode i usluge koji su izravno ili neizravno dio sfere turističke potrošnje i investicija. S druge strane, udio turizma u BDP-u određene zemlje ovisi i o stupnju razvijenosti ostalih gospodarskih aktivnosti u državi. Interes je nacionalne ekonomije jačati turizam i njegove učinke uz istodobni razvoj i drugih djelatnosti⁶⁶.

Grafikon 16. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu 2015. – 2021.



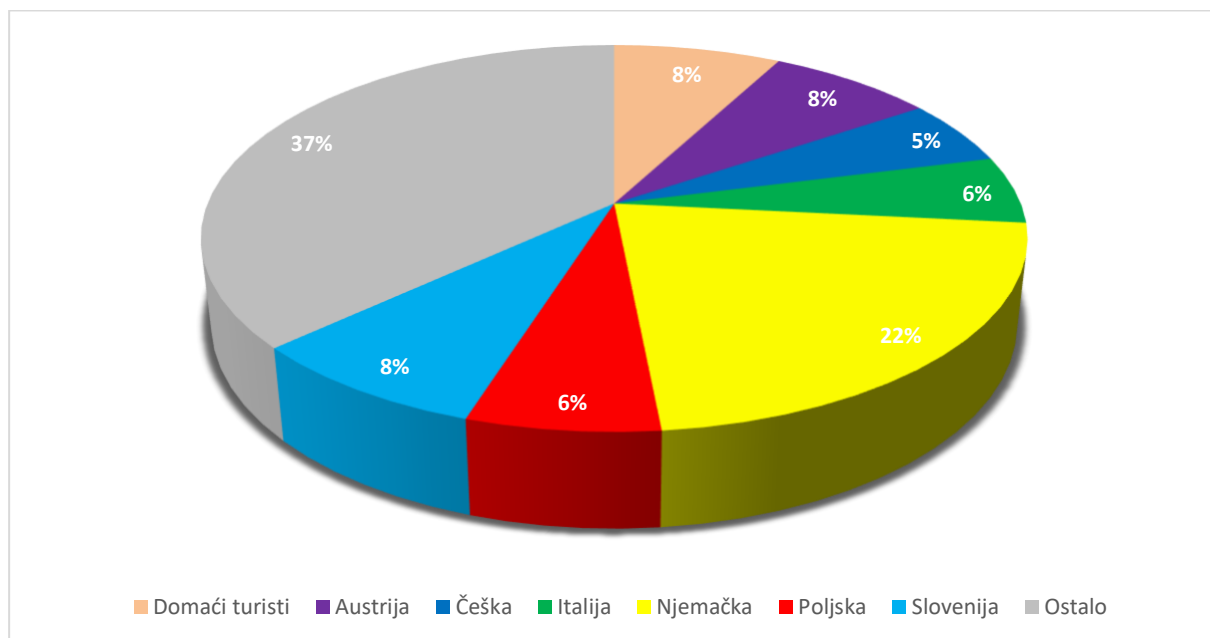
Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/> [11. prosinca 2022.]

U strukturi dolazaka turista standardno dominiraju strani turisti prema čemu nema značajnih promjena u tom segmentu za promatrano razdoblje. U 2019. godini, koja je bila najuspješnija turistička godina za Hrvatsku, strani turisti su činili 89% ukupnih turističkih dolazaka. Prisutan

⁶⁶ Ministarstvo turizma i sporta (2022). *Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine* [online]. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (6. siječnja 2023.)

je trend rasta broja turističkih dolazaka do 2020. godine kada je došlo do zabrana kretanja kao rezultat pandemije COVID-19. U 2020. godini ostvareno je 36% turističkih dolazaka u odnosu na ostvareni broj 2019. godine te 65% u 2021. godini što ukazuje na oporavak turističke aktivnosti. Bez obzira na mali udio domaćeg stanovništva u turističkim dolascima, valja napomenuti kako je u 2021. godini 2.134.985 stanovnika putovalo u turističke destinacije Hrvatske što čini više od 50% stanovništva. Bez obzira na konstantno poskupljenje usluga i dobara, Hrvatsko stanovništvo nastavlja s turističkom aktivnosti unutar granica Hrvatske. Najvažniji turistički resurs predstavlja Jadransko more, gdje je 2019. godine zabilježeno 94,5% noćenja. Osim dolazaka, važan pokazatelj turističke aktivnosti predstavljaju noćenja turista.

Grafikon 17. Noćenja turista po zemlji porijekla u Republici Hrvatskoj za 2019.

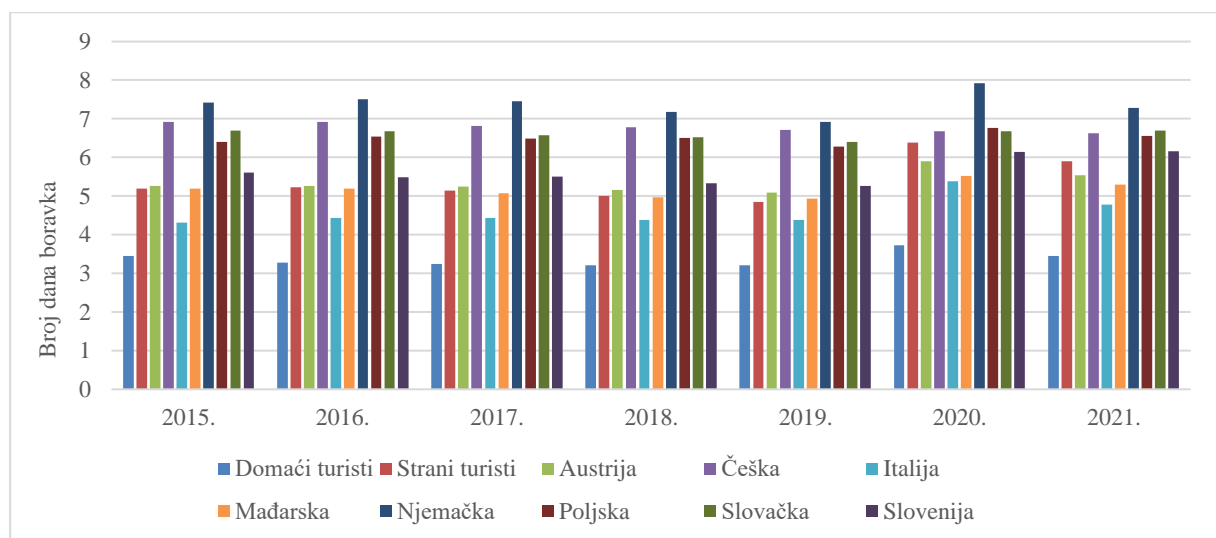


Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/> [11. prosinca 2022.]

Struktura stranih turista je od velike važnosti za kvalitetnim upravljanjem turističkim resursima. Reprezentativna godina je 2019. kada je Hrvatska prije pandemije COVID-19 bilježila najveći turistički promet. Najznačajnije emitivne zemlje su Njemačka, Austrija, Slovenija, Poljska te Italija i Češka Republika. Njemački turisti čine gotovo 22% ukupnih noćenja turista u Hrvatskoj zatim slijede Slovenija i Austrija sa 8%. Broj noćenja je tijekom 2015. do 2021. godine rastao proporcionalno s rastom broja dolazaka, dosegaši broj noćenja od 91.242.931 u 2021. godini što je rast od 27% u odnosu na 2015. godinu. Dužina boravka u turizmu ključno je pitanje u upravljanju turističkom potražnjom u vrijeme sve kraćih boravaka i oštre konkurencije za

privlačenje posjetitelja. Skraćivanje trajanja boravka moglo bi imati značajno štetan utjecaj na ekonomske koristi koje stvaraju turističke aktivnosti i tako smanjiti interes za budućim investicijama u turistički sektor. Sa stajališta receptivne destinacije, primarni cilj turizma je ostvariti visoku razinu regionalnog prihoda kućanstava. Jedna od metoda za postizanje ovog cilja je uvjeriti turiste da provedu duže vrijeme u tom području⁶⁷. Rashodi se naširoko smatraju važnim parametrom upravljanja destinacijom, kao odrazom potencijala turističkog sustava za stvaranje radnih mjesta i prihoda.

Grafikon 18. Prosječno trajanje boravka turista prema zemlji dolaska u Hrvatskoj za period 2015. - 2021.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/2022/hr/29530> [12. prosinca 2022.]

U promatranom razdoblju nije bilo značajnih promjena glede duljine boravka turista u Hrvatskoj. Najveći broj noćenja ostvaruju turisti iz Njemačke koji se zadržavaju u prosjeku između 7 i 8 dana u destinaciji. Zatim slijede Češka, Slovačka i Poljska čiji turisti u prosjeku borave 7 dana. Najkraći boravak bilježe domaći turisti što može biti pokazatelj niže financijske mogućnosti domaćeg stanovništva ili manje potražnje za domaćim turizmom. Postoji opća suglasnost da duže vrijeme boravka turista pozitivno utječe na ukupnu potrošnju⁶⁸ iako je također utvrđeno da se veća dnevna potrošnja podudara s kraćim boravcima⁶⁹. Studije su istaknule međusobno povezane socio-demografske, ekonomske, političke, ekološke i

⁶⁷ Archer, B. i Shea, S. (1975). Length of stay problems in tourist research. *Journal of Travel Research*, 13(3), str. 8.

⁶⁸ Alegre, J., Mateo, S. i Pou, L.L. (2011). A latent class approach to tourists' length of stay. *Tourism Management*, 32(3), str. 556.

⁶⁹ Alegre, J. i Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism Management*, 27(6), str. 1354.

institucionalne aspekte duljine boravka. To uključuje varijable kao što su trošak⁷⁰, prihod, dob i obrazovanje, veličina grupe na putovanju, nacionalnost, fleksibilnost prijevoza, brzina prijevoza i trošak prijevoza⁷¹, vrijeme rezervacije⁷², sezonalnost, vrsta odredišta⁷³, oblik smještaja i broj dostupnih dana godišnjeg odmora⁷⁴. Sa stajališta pojedinačnih poduzeća svaka promjena duljine boravka utječe na pružanje usluga. Na primjer, za hotele i drugi smještaj, češći, kraći boravci zahtijevaju veću radnu snagu za čišćenje soba i povećane administrativne i operativne troškove⁷⁵. Kraći boravci također utječu na imidž destinacije, marketing, procjene i ocjene s obzirom na to da tamo gdje turisti imaju ograničenije vrijeme za istraživanje lokaliteta, vjerojatno će ostati u središtu i usredotočiti se na posjet glavnim atrakcijama⁷⁶. To otežava distribuciju koristi od turizma na veći broj dionika, posebno u perifernim regijama. Ipak, kraći boravci mogu značiti pogodnosti za odredišta gdje se moraju platiti cestarine ili odlazne takse⁷⁷ ili gdje su povezani s većom dnevnom potrošnjom⁷⁸. Prema svemu navedenom, postoje benefiti i mane produljenja ostanka turista u destinacijama Hrvatske. Međutim, veću ulogu igra vrijeme u kojem turisti dolaze u destinaciju sa svrhom uživanja turističkog resursa. Jedno od najvećih problema Hrvatskog turizma koje prijeto uspostavi održivog razvoja je sezonalnost.

⁷⁰ Silberman, J. (1985). A demand of function for length of stay: The evidence for Virginia Beach. *Journal of Travel Research*, 23(4), str. 17.

⁷¹ Thrane, C. (2016). Students' summer tourism: Determinants of length of stay (LOS). *Tourism Management*, 54, str. 183.

⁷² Thrane, C. (2012). Analyzing tourists' length of stay at destinations with survival models: A constructive critique based on a case study. *Tourism Management*, 33, str. 128.

⁷³ Ferrer-Rosell, B., Martínez-García E. i Coenders, G. (2014). Package and no-frills air carriers as moderators of length of stay. *Tourism Management*, 42, str. 119.

⁷⁴ Gössling, S. et al. (2016). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), str. 7

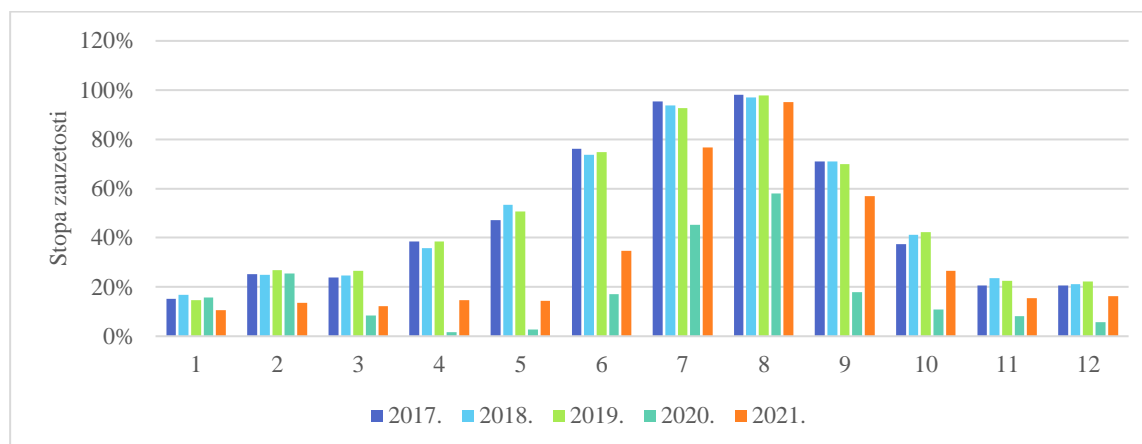
⁷⁵ Martínez-García, E. i María Raya J. (2008). The length of the stay of low cost tourism. *Tourism Management*, 21(6), str. 1064.

⁷⁶ García-Palomares J., Gutiérrez, J. i Mínguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography*, 63, 416.

⁷⁷ Alegre, J. i Pou, L. (2006). op.cit. str. 1354.

⁷⁸ Thrane, C. i Farstad, E. (2012). Nationality as a segmentation criterion in tourism research: the case of international tourists' expenditures while on trips in Norway. *Tourism Economics*, 18(1), str. 204.

Grafikon 19. Stopa zauzetosti smještajnih kapaciteta hotela i sličnog smještaja po mjesecima za period 2017. - 2021.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> [14. prosinca 2022.]

U tablici je prikazana popunjenost hotela i sličnog smještaja po mjesecima za razdoblje od 2017. do 2021. godine. Iz priloženog se uočava jasna prisutnost sezonalnosti, tj. povećane turističke aktivnosti sezonalnog karaktera, preciznije za vrijeme ljetnih mjeseci. Najveća popunjenost kapaciteta je zabilježena u 8. mjesecu koji predstavlja vrhunac turističke sezone u Hrvatskoj zahvaljujući masovnom priljevu turista, posebice u Jadransku Hrvatsku. U sedmom i osmom mjesecu popunjenost smještajnih kapaciteta hotela i ostalih smještaja iznosi 95%. U 2019. godini, 59% ukupnih noćenja je ostvareno u sedmom i osmom mjesecu⁷⁹. Za razliku od hotela i ostalog sličnog smještaja, odmarališta, kampovi i ostali smještaji imaju još izraženiji sezonalni karakter turističke aktivnosti što objašnjava činjenica da su hoteli u turističkim mjestima „city-break“ karaktera gdje turisti dolaze na kratak boravak izvan ljetnih mjeseci dok odmarališta i kampovi nemaju tu mogućnost. Uzroke konstantno naglašene sezonalnosti moguće je sagledati iz različitih kutova, koji ujedno nude i rješenje kako reagirati na dodatnom smanjenju koncentracije turističke aktivnosti isključivo u vrijeme ljeta. Kako bi se promijenili sezonski trendovi, važno je usredotočiti se na faktore koje podupire nacionalni turistički brend ili na "stupove" na kojima se on temelji. Diversifikacija i kontinuirana ponuda turističkih resursa je ključna za privlačenje turističke potražnje koja se razlikuje od tradicionalnih preferencija „sunca i mora“ što je preduvjet za aktivaciju potražnje upravo u razdobljima kada je to potrebno, izvan ljetnih mjeseci. Po tome pitanju Hrvatska je deficitarna s obzirom na nisku

⁷⁹ Hrvatska turistička zajednica (2020). *Analiza sezonalnosti turističkog prometa na području Republike Hrvatske* [online]. Dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/analize-turistickog-prometa/arhiva> [8. siječnja 2023.]

ponudu različitog sadržaja koji nije u funkciji izvan ljeta ili ga je zanemarivo malo. Odredišta s velikim sezonskim fluktuacijama često se suočavaju s raznim izazovima, kao što su prenapučenost, visoke cijene, neadekvatna infrastruktura u špici sezone, kao i nedostatak usluga i radnih mjesta izvan sezone⁸⁰. Sezonalnost, kao pojava, utječe na sve aspekte ponašanja na strani ponude u turizmu, uključujući marketing (pakiranje, distribucija, cijene); tržište rada (priroda i kvaliteta zaposlenja, dostupnost vještina, održivost zaposlenja); poslovne financije (novčani tijek, cijene koje privlače ulaganja); upravljanje dionicima (dobavljači, posrednici); i svim aspektima rada⁸¹. U pregledu turističke sezonalnosti u Ohridu otkriveno je da su utjecaji sezonalnosti grupirani u tri glavne kategorije i uključuju socio-kulturne, socijalne i ekološke⁸². Socijalni učinci imaju izravne posljedice, a uključuju promjene u stopi zaposlenosti, stagnaciju investiranja u industriju i promjene u razinama prihoda, a sve to sprječava sposobnost poduzeća da privuku kvalitetnu radnu snagu. Kada su ekološki kapaciteti u turističkim destinacijama preopterećeni, to dovodi do ekološke neravnoteže i povećanog zagađenja. S pozitivne strane, međutim, sezonalnost pomaže u poboljšanju okoliša s ozbirom na manju turističku aktivnost izvan sezone. Socio-kulturne posljedice uključuju prenapučenost javnih prostora, povećanu stopu kriminala, visoke cijene i spor promet. Obilježje sezonalnosti je neizbježno u turističkoj industriji te rezultira brojnim negativnim posljedicama na destinaciju. Posljedice su socio-kulturne, socijalne i ekološke naravi. Ključ suzbijanja sezonalnosti je produljenje turističke sezone što implicira pravilnu aktivaciju turističkih resursa. Produljenje sezone je podređeno destinacijskim atributima ali i turističkoj potražnji. Najčešće strategije za suzbijanje ili ublažavanje sezonalnosti turizma su diferencijacija cijena, diferencijacija atrakcija, diferencijacija marketinga te utilizacija državnih olakšica⁸³. Efikasnost metoda suzbijanja sezonalnosti će ovisiti o pravilnoj i pravovremenoj uporabi metoda koje su različite za svaku destinaciju. Buduća izrada nove strategije za razvoj i marketing hrvatskog turizma pruža priliku za ponovnu procjenu i uspostavu jasnih prioriteta za daljnji napredak u turističkom razvoju te rješavanje nedostataka koji sprečavaju ostvarenje kvalitativnih pomaka. Ovi nedostaci uključuju sezonalnost turističkog prometa, a uspostava povoljnije sezone raspodjele turističkog prometa bit će jedan od prioriteta.

⁸⁰ World Tourism Organization (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. WTO., str. 112.

⁸¹ Baum, T. (1999). Seasonality in Tourism: Understanding the challenges. *Tourism Economics*, 5(1), str. 5.

⁸² Trajkov, A., Biljan, J. i Andreeski, C. (2016). Overview and characteristics of tourism seasonality in Ohrid. *Economic Themes*, 54(4), str. 488.

⁸³ Stephen, F. Witt i Moutinho, L. (1994). Tourism Marketing and Management Handbook. *Journal of Travel Research*, 33(2), str. 65.

3.2. Učinak turizma na pristupačnost stanovanja

U postindustrijskim naprednim društvima, turizam se smatra novim izvorom rasta, dok zemlje u razvoju imaju za cilj iskoristiti prednosti povećane mobilnosti i komunikacije u doba globalizacije. Međutim, postoji sve veća zabrinutost da pozitivni učinci turizma, o kojima se izvještava u mnogim zemljama, imaju svoju cijenu, budući da postoje negativni sociokulturni i okolišni utjecaji, a područja ovisna o turizmu osjetljiva su na šokove potražnje⁸⁴. Kako se turistička potražnja povećava u popularnim destinacijama, to također može imati značajan utjecaj na dostupnost smještaja za lokalno stanovništvo. Kriza dostupnosti stanovanja jedno je od najbitnijih urbanih pitanja s političkim intervencijama koje zahtijevaju utemeljenje na dokazima inputa⁸⁵. Problem je posebno izražen u perifernim gospodarstvima koja se snažno oslanjaju o turizmu kao izvoru rasta. Čvrsto je utvrđena činjenica da turistička aktivnost u usponu povećava cijene stanova⁸⁶, ali je li ovaj rast popraćen rastom prihoda istraženo je u daleko manjoj mjeri.

3.2.1. Turistička gentrifikacija

Globalizacija i tehnološki napredak donijeli su brojne izazove urbanim i ruralnim područjima. U ovom kontekstu, i zemlje u razvoju te napredne zemlje doživljavaju turizam kao jednu od ključnih odrednica suvremenog urbanog razvoja⁸⁷, koji uključuje mnoge sudionike s različitim gospodarskim i društvenim perspektivama. Njihova interakcija utječe na sposobnost sadašnjih i budućih generacija kako bi zadovoljili svoje potrebe⁸⁸ i povećali njihovu ranjivost u smislu kulturnog identiteta, segregacije, dostupnosti usluga i gentrifikacije⁸⁹. Ovo naglašava važnost strateškog prostornog planiranja koje je sposobno suočiti se s izazovima koje pokreće turizam na uključiv, proaktivno orijentiran i vizionarski način kako bi se osiguralo učinkovito iskorištavanje zemljišnih resursa i uravnotežen gospodarski razvoj⁹⁰. Turistička gentrifikacija

⁸⁴ Tkalec, M. i Vizek, M. (2016). The price tag of tourism: Does tourism activity increase prices of goods and services. *Tourism Economics*, 22(1), str. 93.

⁸⁵ Wetzstein, S. (2017). The global urban housing affordability crisis. *Urban studies*. 54(14), str. 3164.

⁸⁶ Meleddu, M. (2014). Tourism, residents' welfare and economic choice: A literature review. *Journal of Economic Surveys*, 28(2), str. 398

⁸⁷ Hillier, J. (2011). Strategic navigation across multiple planes: Towards a Deleuzean-inspired methodology for strategic spatial planning. *The Town planning review*, 82(5), str. 504.

⁸⁸ Almeida, J., Costa, C. i Nunes da Silva, F. (2017). A framework for conflict analysis in spatial planning for tourism. *Tourism Management Perspectives*. 24, str. 95.

⁸⁹ Mäntysalo, R., Kangasoja, K. J. i Kanninen, V. (2015). The paradox of strategic spatial planning: A theoretical outline with a view on Finland. *Planning Theory & Practice*, 16(2), str. 169.

⁹⁰ Albrechts, L. i Balducci, A. (2013). Practicing strategic planning: In search of critical features to explain the strategic character of plans, disP. *The Planning Review*, 49(3), str. 18.

može se opisati kao "transformacija četvrti srednje klase u relativno bogato i ekskluzivno tržište proliferacijom korporativne zabave i turističkih atrakcija⁹¹. Koncept ističe dvostruke procese globalizacije i lokalizacije ugrađene u urbani ponovni razvoj, budući da turizam karakteriziraju međunarodni globalni akteri (hotelski lanci, rent-a-car, turoperatori itd.), povezani s uslužnom industrijom (komunikacije, financije itd.) dok istovremeno ulažući na lokalnoj razini razvijajući lokalnu kulturu, proizvode i mjesta za konzumaciju koja će privući posjetitelje. Povećana mobilnost stanovništva i rastući zahtjevi posjetitelja intenziviraju korištenje zemljišta i povećavaju mogućnosti izvlačenja rente, što dovodi do pretvaranja stambenog prostora u iznajmljivanje, migracije načina života ili povećanih ulaganja u nekretnine povezane s turizmom. Dokazi sugeriraju da u nedostatku strateškog prostornog planiranja ti procesi mogu biti u sukobu s postojećim društvenim strukturama i potrebama lokalnog stanovništva⁹², što dovodi do anarhičnog razvoja i čini turizam pokretačem lokalnog propadanja⁹³. Ovo propadanje posebno se odražava u turističkoj gentrifikaciji, koja uzrokuje krize pristupačnosti stanovanja⁹⁴. Konkretno, ova vrsta prostornog restrukturiranja povećava cijene stanova, pogađajući posebno niske i srednje klase stanovnika i ima ozbiljne društvene i prostorne implikacije na funkcionalnost, propadanje, pružanje bitnih urbanih usluga, uzlaznu društvenu mobilnost i društvenu harmoniju⁹⁵.

⁹¹ Gotham, K. (2015). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), str. 1099.

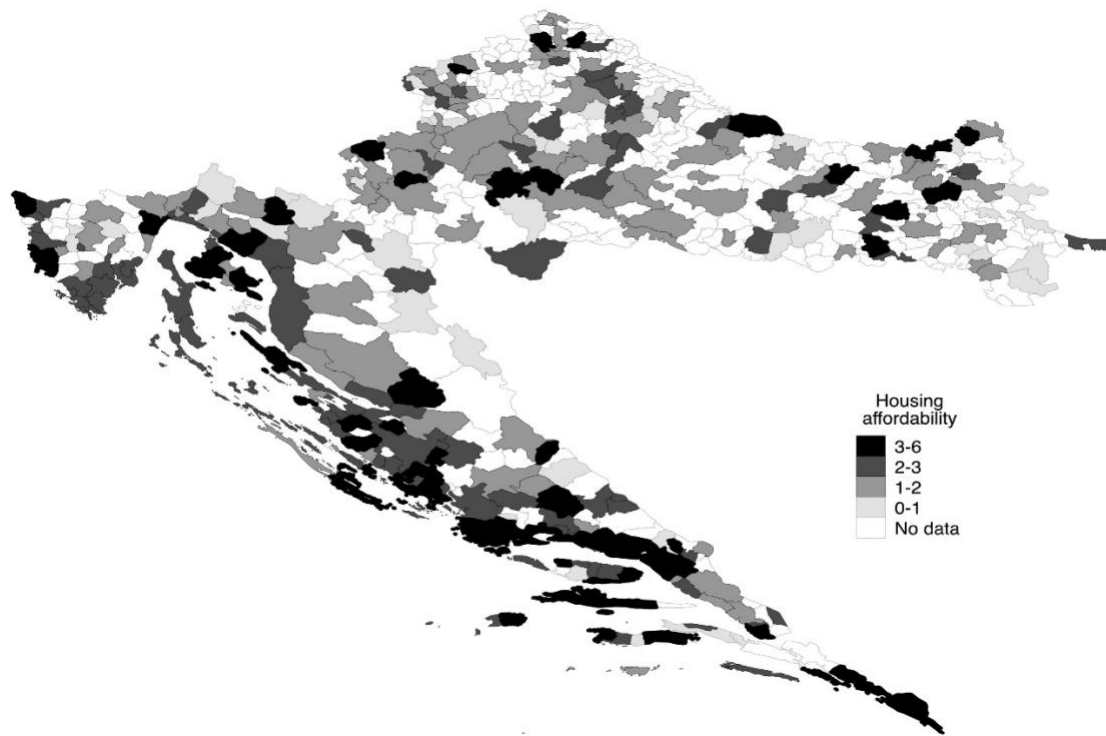
⁹² McCarthy, J. (2003). Spatial Planning, Tourism and Regeneration in Historic Port Cities, disP. *The Planning Review*, 39(154), str. 24.

⁹³ Dimelli, D. (2017). The effects of tourism in Green insular settlements and the role of spatial planning. *Journal of the Knowledge Economy*, 8(1)

⁹⁴ Lord, A., Cheang, C. i Dunning, R. (2021). Understanding the geography of affordable housing provided through land value capture: Evidence from England Urban Studies. *Urban Studies*, 59(10).

⁹⁵ Wetzstein, S. (2017). op.cit., str. 3160.

Slika 2. Dostupnost stanovanja u Republici Hrvatskoj u 2018. godini po županijama



Izvor: Mikulić, J. et al. (2021). The effect of tourism on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 90(C), str. 5.

Slika prikazuje indekse dostupnosti stanovanja, koji su definirani kao omjer medijalne cijene stana i prosječnog neto mjesečnog prihoda po stanovniku na razini grada ili općine. Većina podataka, uključujući mjere vezane uz turizam, dolaze iz Državnog zavoda za statistiku, službenog središta za prikupljanje statističkih podataka. Ova baza podataka se dopunjava sa skupovima podataka dobivenim od dva hrvatska ministarstva, Ministarstva financija (njegov Porezni ured) i Ministarstva regionalnog razvoja i fondova europske unije. Konačno, Ekonomski institut Zagreb (EIZ) donosi podatke o prometu stanova i cijene iz svojih godišnjih izvješća o kretanju nekretnina koje pripremaju za Ministarstvo graditeljstva RH⁹⁶. Viša vrijednost indeksa označava nižu dostupnost, prema mišljenju lokalnog stanovništva. Na slici 36. vidljiv je veći indeks dostupnosti stanovanja u područjima najveće turističke aktivnosti, Jadranskoj Hrvatskoj, koja je već uvelike pala pod utjecaj turističke gentrifikacije dok je indeks dostupnosti u kontinentalnoj Hrvatskoj znatno niži. Zahvaljujući visokoj turističkoj potražnji u Jadranskoj Hrvatskoj raste i potražnja za nekretninama što radi pritisak na rast cijena. Osim toga, visoka potražnja je natjerala vlasnike da svoju nekretninu transformiraju u objekt rentijerstva čime generiraju dohodak. Prema istraživanju Mikulić i Vizek (2021.), koje istražuje

⁹⁶ Mikulić, J. et al. (2021). The effect of tourism on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 90(C), str. 5.

utjecaj različitih turističkih čimbenika, sezonalnosti, intenziteta, ranjivosti i smještaja na dostupnost stanovanja, dobiveni su nalazi negativnih učinaka turizma na dostupnost stanovanja, sa znatno izraženim negativnim učinkom sezonalnosti. Uobičajene negativne eksternalije, kao što su fluktuacije stope zaposlenosti, poteškoće u održavanju ekonomskog statusa, rizici neiskorištenosti kapitala, nestabilnost prihoda i prenapučenost predstavljaju izazove za lokalni stanovništvo da si priušte nekretnine⁹⁷. Kako bi ublažili negativne učinke turističke gentrifikacije, donositelji odluka mogu implementirati propise koji uravnotežuju ekonomske koristi turizma s potrebama lokalnog stanovništva. Na primjer, mogu ograničiti broj kratkoročnih najмова, nametnuti dodatne poreze na kratkoročne najmove kako bi financirali pristupačne stambene programe ili ulagati u programe razvoja zajednice koji promiču očuvanje kulturne baštine i tradicije. Osim toga, također mogu razmotriti provedbu politika koje štite iznajmljivače od deložacije, kao što su politike stabilizacije stanarine i politike koje promiču razvoj pristupačnog stanovanja. Za lokalnu vlast važno je uključiti i sudjelovati s lokalnom zajednicom u procesu donošenja odluka, kako bi osigurali da politike uzimaju u obzir perspektive i potrebe lokalnog stanovništva i da su prilagođene specifičnom kontekstu zajednice. Uključivanjem zajednice u proces donošenja odluka, kreatori politika mogu osigurati da su politike osmišljene tako da promiču dobrobit i turista i lokalnog stanovništva. U slučaju ne poduzimanja akcija protiv turističke gentrifikacije može doći do negativnih posljedica poput raseljavanja stanovništva koji su prisiljeni iseliti se zbog rasta cijena i stanova, erozije kulturne baštine s pretjeranim priljevom turista što mijenja kulturu i karakter stanovništva te tradiciju. Osim toga, zbog pretjeranog priljeva turista dolazi do gubitka kohezije zajednice s obzirom na to da lokalno stanovništvo zamjenjuju turisti. U kontekstu održivog razvoja, cilj bi trebao biti postizanje ravnoteže između dobrobiti turizma za gospodarstvo i potreba i dobrobiti lokalnog stanovništva.

⁹⁷ Mikulić, J. et al. (2021). op.cit. str. 10.

3.2.2. Održivi razvoj u turizmu

Od velike je važnosti svrhovito i održivo planirati i razvijati turizam kroz traženje kompromisa društvenih, ekoloških i ekonomskih ciljeva društva⁹⁸. Upravljanje razvojem održivog turizma mora zadržati visok stupanj zadovoljenja potreba turista, osigurati značajno iskustvo potrošačima, povećavajući njihovu svijest o pitanjima održivosti i propagirajući među njima prakse održivog turizma. Prema UNWTO⁹⁹, turizam bi trebao podrazumijevati:

- Optimalno korištenje resursa okoliša koji čine ključni element u razvoju turizma, održavajući bitne ekološke procese i pomažući u očuvanju prirodne baštine i bioraznolikosti
- Poštovanje socio-kulturne autentičnosti zajednica domaćina, očuvanje njihove izgrađene i žive kulturne baštine i tradicionalnih vrijednosti te doprinos međukulturalnom razumijevanju i toleranciji
- Osiguranje održive, dugoročne gospodarske operacije, pružajući socioekonomske koristi svim sudionicima koje su pravedno raspoređene, uključujući stabilno zaposlenje i prilike za zaradu i socijalne usluge zajednicama domaćinima, te doprinoseći tako smanjenju siromaštva

Uspješna provedba načela održivosti trebala bi promicati dugoročne društvene, ekonomske i ekološke dobrobiti, istovremeno osiguravajući i povećavajući izgled kontinuirane održivosti turističkog poduzeća¹⁰⁰. Za mnoge zemlje turizam predstavlja mogućnost za razvoj gospodarstva te rast broja stranih investicija i poboljšanja situacije na tržištu rada. Međutim, dolazi do problema kada jedna država postane fokusirana primarno na turizam, što je reprezentativna situacija za Hrvatsku. Unatoč ekonomskoj razvijenosti zemalja, donosioci odluka su podlegli komercijalizaciji, te su vođeni željom za maksimiziranjem ekonomskih učinaka od turizma, omogućili nekontrolirani turistički razvoj koji zasigurno dugoročno ne može biti održiv¹⁰¹. Prema Programu Ujedinjenih naroda za okoliš (UNEP), tri negativna utjecaja turizma na okoliš su: iscrpljivanje prirodnih resursa, onečišćenje i fizička degradacija

⁹⁸ Streimikiene, D. et al. (2021). Sustainable Tourism Development and Competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(6), str. 259.

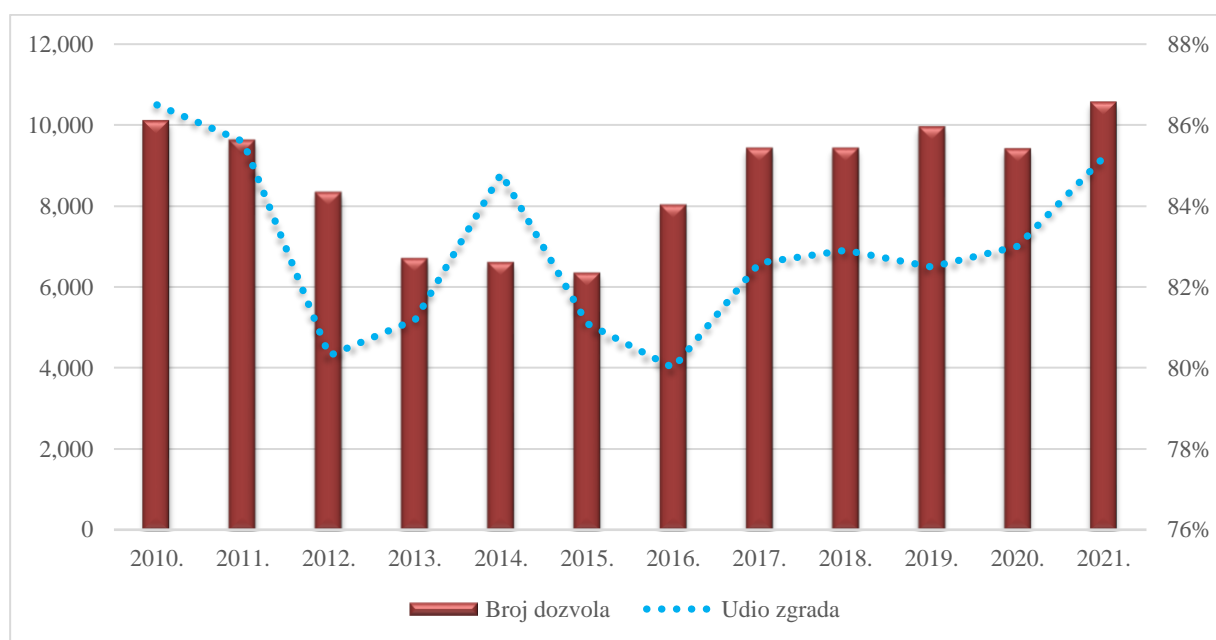
⁹⁹ UNWTO (2005). Making Tourism More Sustainable. *A Guide for Policy Makers*, str. 11.

¹⁰⁰ Brown, G. i Essex, S. (1997). Sustainable Tourism Management: Lessons from the Edge of Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(4), str. 304.

¹⁰¹ Mikulić, J. (2006). Istraživanje utjecaja neplanske gradnje na razvoj održivog turizma Makarske rivijere. *Acta Turistica*, 18(1), str. 96.

ekosustava. Primjerice, zahvaljujući realiziranom dohotku, u Turskoj je eksplodirala izgradnja hotela i sekundarnih stambenih zadruga na štetu plodne zemlje, stvarajući onečišćenje okoliša i gubitak nasada mandarina i maslina¹⁰². U Hrvatskoj najveći problem i ugrozu održivog razvoja turizma predstavlja konstantna izgradnja hotela, odmarališta i ostalih objekata na području atraktivnih turističkih destinacija, koji se u slučaju Hrvatske prostiru širom Jadranske obale. Kao rezultat toga, dolazi do sve većeg ugrožavanja društvenih, ekoloških i ekonomskih ciljeva društva.

Grafikon 20. Broj ukupno izdanih građevinskih dozvola u Republici Hrvatskoj za period 2010. – 2021.



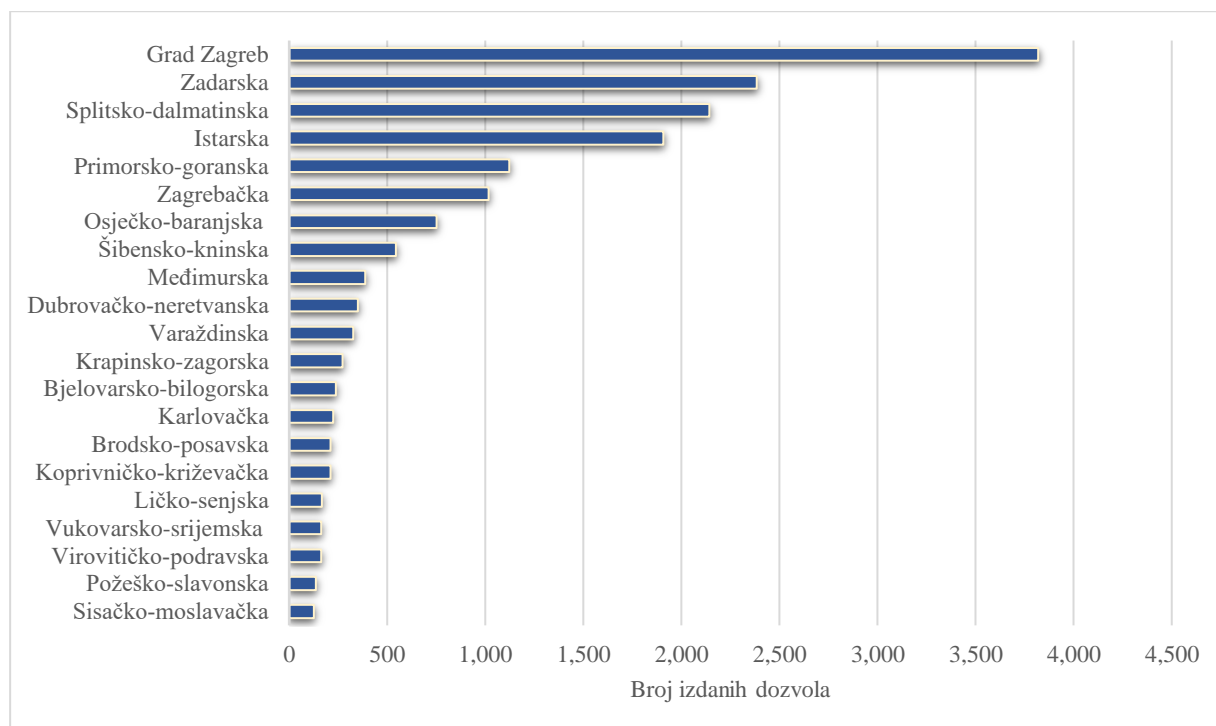
Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/gradevinarstvo/gradevinske-dozvole/> [15. prosinca 2022.]

Prema Grafikonu 20., u početnom periodu promatranom razdoblja, vidljiv je silazan trend broja izdanih građevinskih dozvola. Nakon 2008. u Hrvatskoj se broj izdanih građevinskih dozvola smanjio iz nekoliko razloga. Jedan od glavnih čimbenika bila je globalna financijska kriza koja je započela 2008. Kriza je imala značajan utjecaj na hrvatsko gospodarstvo, što je dovelo do smanjenja ulaganja u zemlji. To je pak dovelo do smanjenja potražnje za novim građevinskim projektima, što je rezultiralo smanjenjem broja izdanih građevinskih dozvola. Drugi čimbenik koji je utjecao na pad broja odobrenih građevinskih dozvola je prevelika ponuda stanova u Hrvatskoj. Prije krize u zemlji je došlo do procvata gradnje, što je dovelo do prevelike ponude

¹⁰² Burak, S., Dogan, E. i Gaziogiu, C. (2004). Impact of urbanization and tourism on coastal environment. *Ocean & Coastal Management*, 47(9-10), str. 515.

stanova. To je pak dovelo do smanjenja potražnje za novim građevinskim projektima, što je rezultiralo smanjenjem broja izdanih građevinskih dozvola. Nakon nekoliko godina šokova, trend se mijenja od 2015. godine kada Hrvatska doživljava gospodarski oporavak. Gospodarstvo zemlje bilježi stabilan rast od 2015., što je dovelo do povećanja ulaganja i veće potražnje za novim građevinskim projektima te u konačnici povećanja broja izdanih građevinskih dozvola. Osim toga, veliki čimbenik koji je pridonio povećanju izdanih građevinskih dozvola je rast turizma. Posljednjih godina, posebice od 2015., zemlja je doživjela značaj porast broja turista koji posjećuju zemlju. Prema tome, dolazi do povećanja potražnje za novim turističkim smještajem, poput hotela i smještaja za odmor, što također rezultira porastom broja odobrenih građevinskih dozvola. U strukturi prema vrstama građevina za izdane građevinske dozvole, udio zgrada u promatranom razdoblju se kreće između 80% i 87%, s uzlaznim trendom od 2015. godine. U 2020. godini smanjuje se broj izdanih dozvola u odnosu na prethodnu godinu kao rezultat pandemije COVID-19. Od 2015. do 2021. godine broj izdanih dozvola raste za 67%.

Grafikon 21. Broj izdanih građevinskih dozvola za stanove po županijama za 2021.



Izvor: Državni zavod za statistiku (2022). Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/gradevinarstvo/gradevinske-dozvole/> [15. prosinca 2022.]

U 2021. godini izdano je ukupno 16.654 građevinskih dozvola za stanove. Prvih pet županija s najvećim brojem izdanih građevinskih dozvola su Grad Zagreb, Zadarska, Splitsko-

dalmatinska, Istarska te Primorsko-goranska županije s ukupno 11.374 izdanih dozvola. Najveća građevinska aktivnost je prisutna u glavnom gradu Zagrebu, te najvećim turističkim središtima koja su pretežito rasprostranjena po Jadranskoj Hrvatskoj. Turizam i tržište nekretnina međusobno utječu jedno na drugo, izravno ili neizravno. Na primjer, prisutnost mnogih turističkih sadržaja u nekom području izravno povećava cijene različitih nekretnina u tom području, utječući na socijalnu razinu stanovnika ovog područja u budućnosti. S druge strane, postojanje nekretnina s različitim namjenama mogu igrati važnu ulogu u jačanju turističkih aktivnosti u ovom području, budući da te nekretnine mogu djelovati kao podrška turističkim područjima pružanjem smještaja za boravak, što bi zauzvrat moglo pomoći u procvatu turizma u tom području. Prema tome, glavna poveznica između turističke industrije i tržišta nekretnina je funkcija smještaja za turiste. Međutim, u situacijama nekontrolirane turističke aktivnosti i aktivnosti tržišta nekretnina, narušava se načelo održivog razvoja turizma. Na primjer, u obalnim turističkim područjima, emisije ugljika iz različitih proizvoda nekretnina utječu na turističke resurse u tom području, što uzrokuje štetu tim resursima, a to predstavlja prepreku postizanju načela održivosti. Iz tog razloga mnoge turističke jedinice ili nekretnine žele dobiti certifikate kako bi ih se klasificiralo kao zelene, ekološki osviještene nekretnine; što je jedan od stupova koncepta zelenih turističkih destinacija. Osim ekološkog problema, različite politike i strategije razvoja turizma utječu na koncept održivosti nekretnina. Na primjer, neuspjeh uspostave pravnog okvira za transformaciju kopnenog prostora i korištenja nekretnina koje prate različite politike razvoja turizma mogu utjecati na održivost nekretnina u smislu neplaniranih promjena njihovih cijena i materijalne vrijednosti, što nikako nije u skladu s načelima postizanja održivosti stabilnosti tržišta nekretnina i održivog razvoja turizma¹⁰³. Turistički model koji se dominantno fokusira na razvoj turizma na obalnom području Jadranske Hrvatske, gdje se nalazi 92,5% svih smještajnih kapaciteta, ne samo da vrši pritisak na ovo područje, već također nije održiv s obzirom na društvene i okolišne učinke. U posljednjih nekoliko godina, gradovi sa zaštićenim kulturno-povijesnim cjelinama suočavaju se sa sve većim brojem turista i posjetitelja u ljetnim mjesecima, što dovodi do prekomjernog turizma. Ovaj trend dovodi do iseljavanja lokalnog stanovništva zbog rasta cijena nekretnina u (staro)gradskim jezgrama i otežanih uvjeta za svakodnevni život. Također se javlja trend pretvaranja (staro)gradskih jezgri u prostore koji su isključivo namijenjeni turistima, a tradicionalni način stanovanja zamjenjuje rastuća apartmanizacija. Trgovina nekretninama i

¹⁰³ Hao, H. et al. (2018). Property owners' attitudes toward sustainable tourism: Comparing coastal mountain counties. *Tourism Hospitality and Research*, 18(4), str. 440.

rasprodaja zemljišta dio su neobuzdanog i euforičnog razvoja turizma Jadranske Hrvatske koja je uznapredovala do glavnog posla u turizmu, što traži nužnu i hitnu regulativu.¹⁰⁴

¹⁰⁴ Ministarstvo turizma i sporta (2022). *Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine* [online]. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (10. siječnja 2023.)

3.2.3. Zakonodavni i porezni okvir u turizmu u Republici Hrvatskoj

Turizam je u Hrvatskoj jedan od najznačajnijih segmenata gospodarstva, koji značajno pridonosi BDP-u te osigurava zapošljavanje lokalnog stanovništva. Turizam svake godine privlači sve veći broj ljudi, pružajući im niz usluga, poput smještaja, hrane, prijevoza i zabave. Kao rezultat toga, od ključne je važnosti da poduzeća u turizmu rade unutar pravnog i poreznog okvira kako bi osigurali da su njihove operacije usklađene, etičke i održive. Zakonodavni okvir sastoji se od nekoliko važnih izvora prava u turizmu kojima se regulira poslovanje subjekata, ali su važni i drugi propisi kao što su zdravstveni i sigurnosni, propisi o zaštiti okoliša i dr. Sljedeći ove propise, poslovni subjekti mogu osigurati sigurno i zdravo okruženje za svoje kupce i zaposlenike, a istovremeno štiteći okoliš. Osim navedenog, na financijsku uspješnost poslovanja utječe i porezni tretman pojedinog subjekta uključenog u pružanje turističkih usluga. Porezni okvir zahtijeva od poslovnih subjekata da plaćaju porez na ostvareni prihod, imovinu te dobra i usluge. Neplaćanje poreza može rezultirati novčanim kaznama pa čak i kaznenim prijavama. Plaćanje poreza nije samo zakonska, već je i građanska dužnost koja doprinosi razvoju zemlje. Porezi se koriste za financiranje javnih usluga, kao što su zdravstvo, obrazovanje i infrastruktura, te pomažu u pružanju bolje kvalitete života za sve građane. Štoviše, poslovanje unutar pravnog i poreznog okvira osigurava poduzećima i obrtima u turističkoj industriji konkurentsku prednost. Tvrtke koje posluju legalno i plaćaju svoje poreze vjerojatnije će imati dobru reputaciju, privući kupce i održati bazu lojalnih kupaca. Dobar ugled također olakšava tvrtkama dobivanje zajmova, privlačenje ulaganja i osiguranje partnerstava s drugim tvrtkama.

Djelovanjem unutar pravnog i poreznog okvira, poduzeća u turističkoj industriji mogu osigurati da su njihove operacije usklađene, etičke i održive te da turistima pružaju sigurno, ugodno i nezaboravno iskustvo. Aktualni zakonodavni okvir Republike Hrvatske uređuje poslovanje u turizmu, što uključuje ugostiteljsku djelatnost te usluge pružanja smještaja. Zakonodavni okvir objedinjuje niz zakona i pravilnika te ostale podzakonske akte. Za potrebe rada naglasak je stavljen na zakonodavni te porezni okvir privatnih iznajmljivača u okviru pružanja smještaja.

3.2.3. Zakonodavstvo i obveze privatnog iznajmljivača

Određivanje usluge iznajmljivanja privatnog smještaja definirano je prema Zakonu o pružanju usluga u turizmu te Zakonom o ugostiteljskoj djelatnosti, koji opisuje ugostiteljsku djelatnost kao pripremu i usluživanje hrane, pića i napitaka te pružanje usluga smještaja. Ugostiteljsku djelatnost mogu obavljati trgovačka društva, zadruga i obrtnici koji ispunjavaju uvjete za tu djelatnost, dok se ugostiteljski objekti razvrstavaju u skupine, uključujući hotele, kampove, restorane, barove, catering objekte, objekte jednostavnih usluga i ostale ugostiteljske objekte za smještaj¹⁰⁵.

U okviru Zakona o ugostiteljskoj djelatnosti te Pravilnika o uslugama u domaćinstvu, ugostiteljske usluge u domaćinstvu može pružati fizička osoba nudeći smještaj u sobi, apartmanu i kući za odmor, kojih je iznajmljivač vlasnik, do najviše deset soba, odnosno 20 kreveta, u koji broj se ne ubrajaju pomoćni kreveti. Fizička osoba ugostitelj dužna je¹⁰⁶:

- na ulazu u ugostiteljski objekt, vidno naznačeno te na propisani način, istaknuti natpis s oznakom vrste ugostiteljskog objekta
- definirati kućni red u objektima za smještaj te ga istaknuti na recepciji i unutar soba i apartmana
- vidno istaknuti cijene ponuđenih usluga, na hrvatskom jeziku te najmanje jednom svjetskom jeziku, uz istaknutu boravišnu pristojbu te cjenik s komplementarnim uslugama
- gostu predati jasan i pregledan račun za svaku pruženu ugostiteljsku uslugu na kojem su jasno definirane specifičnosti pružene usluge poput vrste, količine i sl.
- voditi knjigu gostiju u objektu za smještaj prema jasno propisanoj formi
- omogućiti gostu podnošenje pisanog prigovora u ugostiteljskom objektu

Prema Pravilniku o razvrstavanju i kategorizaciji objekata u kojima se pružaju ugostiteljske usluge u kućanstvu, privatni smještaj može se kategorizirati kao sobe, apartmani, studio apartmani i kuće za odmor. Jedna od glavnih razlika u kategorizaciji ovih vrsta smještaja je mogućnost pripreme i konzumacije hrane. Kategorija Soba ne dopušta gostima da sami pripremaju hranu. Kategorija Apartmana, s druge strane, pruža potrebnu opremu za goste da

¹⁰⁵ Narodne novine (2021). *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl. 8.* Zagreb: Narodne novine d.d.

¹⁰⁶ Narodne novine (2021). *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl.10.* Zagreb: Narodne novine d.d.

sami pripremaju obroke i obično ima više soba, uključujući namjenski kuhinjski prostor. Kategorija Studio Apartman slična je kategoriji Apartmana, ali se sastoji od samo jednog prostora u kojem gosti mogu boraviti, spavati, pripremati i konzumirati hranu. Konačno, kategorija Kuća za odmor osim smještaja uključuje i vanjski prostor. Pravilna kategorizacija i klasifikacija privatnog smještaja važna je za osiguranje odgovarajuće razine usluge gostima, kao i za pomoć domaćinima u razumijevanju standarda koje se od njih očekuje. Nadalje, pravilna kategorizacija i klasifikacija može utjecati na cijenu smještaja, kao i visinu poreza koje domaćini trebaju platiti. Za iznajmljivanje soba, apartmana, studio apartmana, kuća za odmor, kampova i kampova odmorišta u Hrvatskoj, vlasnicima nije nužno potrebna registrirana obrtna djelatnost ili osnovano trgovačko društvo, ali moraju ispuniti minimalne uvjete i kategorizacijske uvjete za objekt koji iznajmljuju te uvjete gradnje za objekt u kojem pružaju usluge. Iznajmljivači također mogu pružati usluge smještaja u objektima ili zemljištima koja su u vlasništvu njihovog životnog partnera ili člana obitelji. Ako iznajmljivač uspješno ispuni ove uvjete, dobit će rješenje nadležnog ureda o odobrenju za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu i moći će postati iznajmljivač. U okviru obavljanja djelatnosti iznajmljivanja privatnog smještaja, iznajmljivači su obveznici poreza na dohodak, a u posebnim slučajevima i poreza na dodanu vrijednost (PDV). U financijske obveze iznajmljivača ubrajaju se:

- paušalni porez na dohodak iznajmljivača,
- paušal turističke pristojbe,
- paušalni iznos članarine turističkim zajednicama,
- PDV na usluge inozemnih posrednika.

Paušalni porez na dohodak iznajmljivača je određen prema jedinicama lokalne samouprave te u iznosi između 150 HRK i 1500 HRK¹⁰⁷. Visina porezne obveze koju je iznajmljivač dužan platiti ovisi o broju ležajeva u domaćinstvu i plaća se na tromjesečnoj razini. Paušal turističke pristojbe ovisi o iznosu određen prema lokalnoj turističkoj zajednici¹⁰⁸, a kreće se između 350 HRK i 1000 HRK. Osim paušala turističke pristojbe, iznajmljivač je dužan plaćati članarinu turističkoj zajednici koja se plaća za fiksne ležajeve u iznosu od 100% te za pomoćne ležajeve u iznosu od 50%, prema broju ležajeva u prethodnoj godini. Sa svrhom evidentiranja prometa,

¹⁰⁷ Narodne novine (2019). *Pravilnik o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu*, čl. 2. Zagreb: Narodne novine d.d.

¹⁰⁸ Narodne novine (2019). *Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe*, čl. 2. Zagreb: Narodne novine d.d.

Porezna uprava nalaže iznajmljivačima iskazivanje primitaka u obrascu na temelju knjiga Evidencija o prometu. Ovisno o visini ostvarenih prihoda u prethodnom poreznom razdoblju, oni mogu ili ne moraju biti u sustavu PDV-a. Ako je ostvareni prihod veći od 300.000 HRK tada je iznajmljivač obveznik plaćanja poreza na dodanu vrijednost po stopi od 13%¹⁰⁹. Dodatno, ako iznajmljivač želi koristiti usluge trećih strana (npr. turističke agencije i rezervacijske sustave), dužan je platiti PDV na proviziju istih. S obzirom na to da je Republika Hrvatska mala otvorena ekonomija, usluga iznajmljivanja privatnog smještaja je privlačna i za strance koji nemaju ograničenje u kupovini nekretnine te iskorištavanjem iste za obavljanje djelatnosti iznajmljivanja privatnog smještaja. Prema tome, privatni smještaj mogu nuditi i stranci koji su vlasnici nekretnine na teritoriju Republike Hrvatske. U tu skupinu spadaju fizičke osobe, stanovnici Europske Unije ili trećih zemalja. Na stanovnike Europske Unije se primjenjuje pravilo paušalnog oporezivanja, dok su stanovnici trećih zemalja dužni poslovati kao obrt ili trgovačko društvo te postupati u skladu s poreznim propisima Republike Hrvatske za takve oblike pravnih osoba. Paušal turističke pristojbe i članarine turističkim zajednicama se primjenjuju na sve vrste iznajmljivača. Kao rezultat povoljnog poreznog i zakonodavnog okvira za obavljanje usluge iznajmljivanja privatnog smještaja, izrazito raste potražnja za takvim poslovnim modelom. S obzirom na nisku poreznu obvezu i jednostavnost iznajmljivanja smještaja, velik dio stanovništva odlučuje investirati u takav poslovni model, čime se smanjuje potražnja za ostalim djelatnostima te dolazi do velike ovisnosti o jednoj industriji. U situaciji velikih ekonomskih šokova poput pandemije COVID-19, postoji mogućnost krize koja rezultira značajnim ekonomskim gubicima te visokim stopama nezaposlenosti. Također, cjenovna pristupačnost i niske barijere ulaska na tržište podižu interes stranim investitorima više potrošačke moći u odnosu na domaće stanovništvo. Konstantno rastuća potražnja stranaca za nekretninama u Republici Hrvatskoj može utjecati na rast cijena nekretnina što ih čini nepovoljnijom za domaće stanovništvo, posebice u obalnim područjima. Osim toga, ako je velik dio nekretnina u vlasništvu stranaca, to može utjecati na lokalnu zajednicu i njihov osjećaj pripadnosti. Stoga je važno da kreatori politika razmotre potencijalne utjecaje inozemne potražnje na tržište nekretnina i poduzmu mjere kako bi osigurali da stambeno tržište ostane pristupačno i dostupno svima.

¹⁰⁹ Narodne novine (2022). *Zakon o porezu na dodanu vrijednost, čl. 26.* Zagreb: Narodne novine d.d.

3.2.3. Porez na promet nekretnina

Određene obveze se moraju ispuniti prilikom stjecanja vlasništva nad nekretninama u Hrvatskoj. Porez na promet nekretnina se plaća prilikom stjecanja vlasništva, bez obzira da li se nekretnina dobiva kao dar ili se za nju plaća određena naknada. Samo stjecanje vlasništva nad nekretninom u inozemstvu nije predmet oporezivanja u Hrvatskoj. Ono što je sadržano u ugovoru ili pravnom poslu utječe na to da li se mora platiti porez ili ne, a ne samo naziv samog ugovora ili pravnog posla. Od 1. siječnja 2015. godine, porez na promet nekretnina se plaća samo ako se ne plaća PDV, jer je isporučitelj obveznik poreza na dodanu vrijednost u skladu sa Zakonom o porezu na dodanu vrijednost¹¹⁰. Domaće i strane fizičke ili pravne osobe su jednako obvezne platiti porez na promet nekretnina, osim ako međunarodni ugovor ne uređuje drugačije. Osoba koja stječe nekretninu je uvijek porezni obveznik, bez obzira da li ju kupuje, prima dar, nasljeđuje ili prima nekretninu po drugim osnovama. Ako prodavatelj preuzme obvezu plaćanja poreza na promet nekretnina, on ne postaje poreznim obveznikom za utvrđenu poreznu obvezu, već samo jamči za naplatu poreza. Porezna osnovica za porez na promet nekretnina se utvrđuje na temelju tržišne vrijednosti nekretnine u trenutku njezinog stjecanja, odnosno cijene koju bi se nekretnina prodavala na tržištu u trenutku stjecanja. Za utvrđivanje visine poreza, Porezna uprava utvrđuje poreznu osnovicu na koju se plaća porez po stopi od 3%¹¹¹. Porezna uprava utvrđuje poreznu osnovicu iz isprave o stjecanju, ako je ukupna naknada koja se plaća približno jednaka cijenama koje se postižu ili se mogu postići na tržištu. Ako je ukupna naknada manja od cijene koju nekretnina postiže na tržištu u trenutku stjecanja, Porezna uprava može procijeniti tržišnu vrijednost nekretnine za utvrđivanje porezne osnovice. Porezne politike mogu igrati ključnu ulogu u oblikovanju tržišta nekretnina i osiguravanju da ono ostane dostupno i pristupačno svima. Provedbom ciljanih poreznih politika kreatori politika mogu pomoći u regulaciji visokih aktivnosti tržišta nekretnina i promicanju odgovornih praksi ulaganja u nekretnine.

¹¹⁰ Narodne novine (2022). *Zakon o porezu na dodanu vrijednost, čl. 75.* Zagreb: Narodne novine d.d.

¹¹¹ Narodne novine (2019). *Zakon o porezu na promet nekretnina, čl. 12.* Zagreb: Narodne novine d.d.

4. Identifikacija prisutnosti „nekretninskog balona“ primjenom metode linearne regresije

Proučavanje cijena stanova i predviđanje budućih cijena važno je područje istraživanja sa širokim rasponom primjena. Uz sve veću dostupnost podataka, statističke metode postale su popularan alat za analizu kretanja cijena nekretnina i predviđanja. Linearna regresija široko je korištena statistička metoda za analizu odnosa između zavisne varijable i jedne ili više nezavisnih varijabli¹¹². U kontekstu cijena stanova, linearna regresija može se koristiti za analizu odnosa između različitih čimbenika, kao što su razine dohotka, gospodarski rast i kamatne stope te cijene stanova.

4.1. Baza podataka

Prikupljeni su te analizirani podaci za razvijanje regresijskog modela za modeliranje odnosa između nezavisnih varijabli i cijena stanova. Model će se testirati i potvrditi pomoću statističkih tehnika, a rezultati će se koristiti za predviđanje budućih cijena stanova na području Hrvatske. Predviđanja će se temeljiti na povijesnim podacima i odnosima između nezavisnih varijabli i cijena nekretnina koje otkriva model linearne regresije. Baze podataka koje su korištene odnose se na broj ukupno prodanih stambenih nekretnina, kamatne stope na devizne kredite kućanstvima te prosječno postignute realizirane cijene stambenih nekretnina za cijelu Hrvatsku. Razdoblje na koje se odnosi baza podataka datira od 1998. do 2021. Prije izgradnje modela potrebno je bilo procesuirati dostupne podatke. Prema tome, kamatne stope na kredite kućanstvima u EUR po mjesecima, dostupne na stranicama Hrvatske narodne banke, su agregirane na godišnjoj razini. S druge strane, prosječno postignute cijene stambenih nekretnina po m² u EUR za Hrvatsku su dobivene na godišnjoj razini, dostupne na platformi Burze nekretnina. Za dobiveni ukupni broj transakcija stambenih nekretnina korištene su baze podataka Ekonomskog instituta u Zagrebu te Hrvatske gospodarske komore. Važno je napomenuti kako postoje nepravilnosti i nepotpunosti podataka o broju transakcija i prosječno postignutim cijenama s obzirom na to da zbog otežanih okolnosti tržišta nije moguće statistički obuhvatiti svaku realiziranu transakciju. Prema tome, regresijski model će imati relativno visok „Root Mean Square Error“. To je metrika koja se kreće od 0 do beskonačnosti, pri čemu rezultat bliži 0 podrazumijeva bolju izvedbu modela. Stoga bi RMSE vrijednost trebala biti što niža.

¹¹² Bishop, C.M. (2006). *Pattern Recognition and Machine Learning*. New York: Springer, 2006.

Tablica 11. Format podataka korišten u modelu linearne regresije

ID	Godina	Stopa	Cijena po m2 u EUR	Ukupan broj transakcija
1	1998.	9,51	844	38416
2	1999.	5,52	882	47109
3	2000.	6,73	950	49509
4	2001.	6,87	987	50560
5	2002.	6,37	960	55814
6	2003.	5,23	1070	57787
7	2004.	4,98	1200	54938
8	2005.	4,84	1320	59283
9	2006.	5,34	1488	66787
10	2007.	6,35	1688	58556
11	2008.	6,87	1722	48247
12	2009.	6,97	1720	39507
13	2010.	6,41	1698	35652
14	2011.	6,11	1541	28936
15	2012.	7,11	1537	16674
16	2013.	6,47	1520	15236
17	2014.	5,94	1309	16169
18	2015.	6,20	1405	18573
19	2016.	5,22	1370	23577
20	2017.	5,40	1424	27618
21	2018.	3,80	1462	33444
22	2019.	2,89	1527	38842
23	2020.	3,72	1618	35794
24	2021.	3,24	1731	44925

Izvor: rad autora prema prikupljenim podacima

4.2. Primjena modela linearne regresije

Korištena je višestruka linearna regresija za predviđanje cijena stambenih nekretnina. Zavisna varijabla u modelu su cijene stambenih nekretnina po m2 u EUR, dok su nezavisne varijable datum, kamatne stope na stambene kredite kućanstvima u EUR te ukupan broj transakcija stambenih nekretnina u periodu od 1998. do 2021. godine. Višestruka linearna regresija je kodirana pomoću biblioteke Python Sci-kit learn. Pri tome je skup podataka podijeljen na „training-set“ i „testing-set“, pri čemu se 20% podataka nalazi u skupu za testiranje. Zatim se podaci implementiraju u model, dva odvojena modela su kreirana kako bi se vidio odnos između stvarnih promatranih podataka i predviđenih podataka. Nakon što su stvoreni zasebni modeli, izračunata je „Mean Square Error“ ocjena kako bi se uočila vrijednost pogreške u modelu. U nastavku je priložen isječak koda koji pokazuje kako su gore navedeni podaci kodirani.

Slika 3. Isječak koda korištenja Sci-Kit biblioteke za primjenu linearne regresije

```
import matplotlib.pyplot as plt
import numpy as np
from sklearn.linear_model import LinearRegression
from sklearn.metrics import mean_squared_error

data = {'Year': [1998, 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006,
                'Interest_Rate': [4.82, 5.99, 7.49, 6.22, 5.19, 4.42, 4.26, 4.
                'Price_per_sqm': [844, 882, 950, 987, 960, 1070, 1200, 1320,
                'Properties_Sold': [38416, 47109, 49509, 50560, 55814, 57787,

# Prepare data for linear regression
years = np.array(data['Year']).reshape(-1,1)
prices = np.array(data['Price_per_sqm'])

# Split the data into training and test sets
train_years = years[:-5]
train_prices = prices[:-5]
test_years = years[-5:]
test_prices = prices[-5:]

# Train the linear regression model
reg = LinearRegression().fit(train_years, train_prices)

# Predict prices for the next 5 years
future_years = np.array([[2022], [2023], [2024], [2025], [2026]])
future_prices = reg.predict(future_years)

# Calculate the mean squared error
pred_prices = reg.predict(test_years)
mse = mean_squared_error(test_prices, pred_prices)

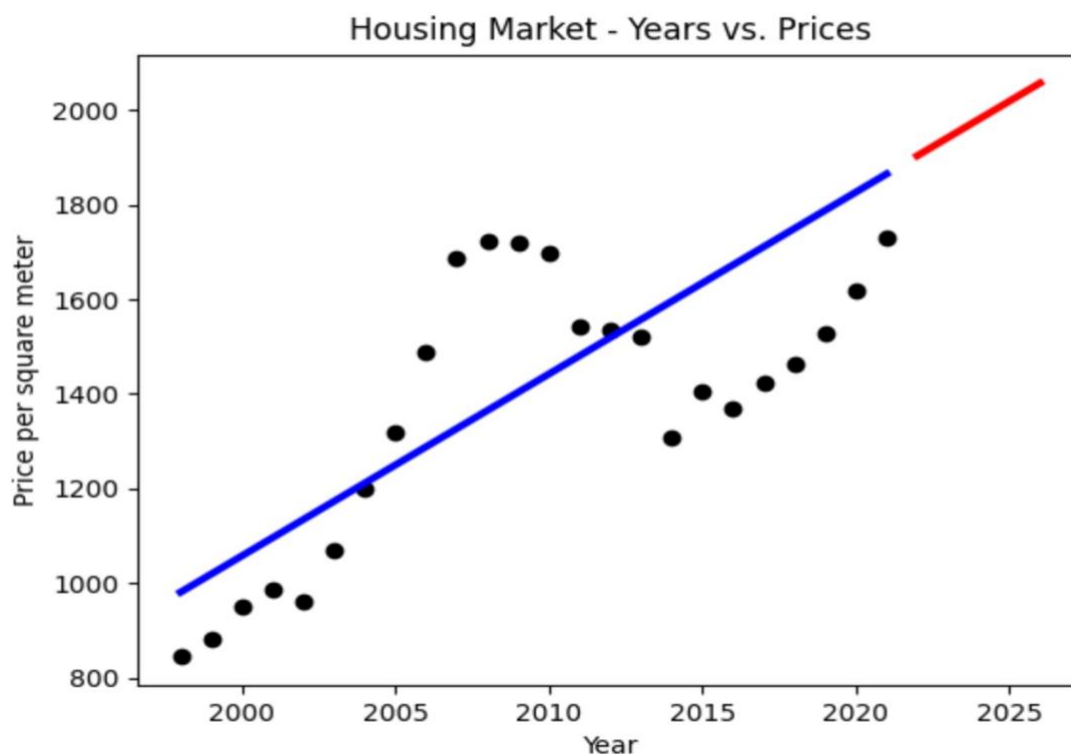
# Plot the data
plt.scatter(years, prices, color='black')
plt.plot(years, reg.predict(years), color='blue', linewidth=3)
plt.plot(future_years, future_prices, color='red', linewidth=3)
plt.title("Housing Market - Years vs. Prices")
plt.xlabel("Year")
plt.ylabel("Price per square meter")
plt.show()
```

Izvor: rad autora prema prikupljenim podacima

Ovaj kod izvodi jednostavnu linearnu regresiju za predviđanje cijena kuća u Hrvatskoj. Podaci korišteni za analizu pohranjeni su u „rječniku“ koji uključuje godinu, kamatnu stopu, cijenu kvadrata i broj prodanih nekretnina za svaku godinu od 1998. do 2021. Prvo se podaci pripremaju za linearnu regresiju pretvaranjem stupaca Year i Price_per_sqm u nizove, a zatim dijeljenjem podataka u skupove za obuku i testove, pri čemu se zadnjih pet godina koristi kao testni skup dok se prvih 15 godina koristi kao set za obuku. Zatim se obučava model linearne

regresije pomoću klase „LinearRegression“ iz „scikit-learn“ modula „linear_model“. Metoda prilagodbe koristi se za prilagođavanje modela podacima o obuci, što uključuje godine i odgovarajuće cijene. Model se zatim koristi za izradu predviđanja za sljedećih pet godina prosljeđivanjem niza „future_years“ (koji uključuje godine 2022.-2026.) metodi predviđanja. Srednja kvadratna pogreška (MSE) između predviđenih cijena i stvarnih cijena iz testnog skupa izračunava se pomoću metode „mean_squared_error“ iz metričkog modula „scikit-learn“. Na kraju, pomoću biblioteke „matplotlib“ kreiraju se dijagram raspršenosti podataka i linijski dijagram linearnog regresijskog modela. Linijski prikaz modela prikazan je plavom bojom, dok je linijski prikaz budućih predviđanja prikazan crvenom bojom. Na x-osi je godina, a na y-osi cijena kvadratnog metra. Naslov i oznake za x i y osi također se dodaju na crtež.

Grafikon 22. Projekcija cijena stambenih nekretnina u RH prema regresijskom modelu



Izvor: rad autora prema prikupljenim podacima

Grafikon pokazuje pozitivnu korelaciju između godine i cijene po kvadratnom metru, pri čemu cijena po kvadratnom metru raste tijekom vremena. Model linearne regresije, predstavljen plavom linijom, čini se da dobro odgovara podacima, s većinom podatkovnih točaka blizu regresijske linije. Crvena linija predstavlja predikciju modela za sljedećih 5 godina. Predikcija

jednostavnog regresijskog modela ne pokazuje pad cijena u budućnosti što se iščitava iz pozitivnog nagiba krivulje. Prema tome, ovaj model ne predviđa recesiju na tržištu nekretnina. Također, ovaj model prikazuje da su cijene nekretnina na razini Hrvatske bile iznad krivulje u periodu od 2005. do 2011., perioda nastanka velike ekonomske krize. Idealna situacija za izbjegavanje sloma nekretninskog tržišta bi bila da cijene ostaju u blizini regresijske linije. Moguće je kvantificirati točnost modela pomoću „Mean Squared Error“ metrike (MSE), koja je izračunata kao dio koda. MSE daje pokazatelj prosječne razlike između stvarnih cijena ispitivanja i predviđenih cijena ispitivanja. Nizak MSE ukazuje na to da model daje točna predviđanja, dok visoki MSE ukazuje na to da model čini velike pogreške. MSE za provedeni regresijski model iznosi 240, što znači da razlika između aktualnih i predviđenih cijena iznosi 240 EUR što predstavlja srednje visoku grešku te sugerira da postoji prostor za poboljšanje modela.

4.3. Kritički osvrt na provedeno istraživanje

Kao što je ranije spomenuto, više podataka ključno je za predviđanje nekretninskog balona u Hrvatskoj, jer može rezultirati točnijim i pouzdanijim predviđanjem. Posjedovanje podataka za posljednjih 10 godina može biti dobra polazna točka za izgradnju prediktivnog modela, ali dostatnost podataka za precizan model ovisi o nekoliko čimbenika, uključujući veličinu skupa podataka, varijabilnost podataka i složenost odnosa između varijabli. Općenito, veća baza podataka je bolja kada se gradi prediktivni model, jer omogućuje modelu da prepozna više uzoraka i međusobnih odnosa u podacima. Za razliku od kamatnih stopa u modelu koje su dobivene na mjesečnoj razini, broj transakcija i cijene ostvarenih transakcija stambenih nekretnina dobivene su na godišnjoj razini. Idealan skup podataka bi uključivao broj transakcija i cijene ostvarene na mjesečnoj razini što bi rezultiralo većom preciznošću, stabilnosti te boljim vrednovanjem modela. Osim nedostatne prakse evidentiranja transakcija, otežanu okolnost čini djelovanje sive ekonomije, tj. udio nedeklariranih transakcija plaćenih u gotovini. Te se transakcije ne prijavljuju poreznim vlastima i nisu uključene u službenu statistiku, što otežava točno praćenje i analizu tržišta nekretnina. Neki kupci i prodavači možda pokušavaju izbjeći poreze, dok drugi možda pokušavaju prikriti pravu vrijednost nekretnine ili izvor sredstava korištenih za kupnju. Prema tome, navedeni kod i priloženi grafikon nude preliminarni uvid u tržište nekretnina u Hrvatskoj i polazišna su točka, no potrebna su daljnja istraživanja i analize kako bi se dobilo potpunije razumijevanje tržišta i dala točnija predviđanja.

5. Zaključak

Na tržište nekretnina u Republici Hrvatskoj uvelike utječu različiti čimbenici, uključujući demografske, geografske, socioekonomske, kulturne, psihološke i turističke čimbenike. Ovi čimbenici međusobno djeluju, stvarajući složenu mrežu uzročno-posljedičnih odnosa koji su rezultirali trenutnom nedostupnošću stanovanja u Hrvatskoj. Demografski čimbenici imaju značajnu ulogu na hrvatskom tržištu nekretnina. Primjerice, starenje stanovništva Hrvatske, uz trend urbanizacije, doveli su do sve veće potražnje za stanovanjem u urbanim sredinama. Ovaj trend stvorio je manjak pristupačnog stambenog prostora, što je pridonijelo rastu cijena nekretnina u gradovima poput Zagreba, Splita i Dubrovnika. Osim toga, velik dio stanovništva je iseljen iz Republike Hrvatske što smanjuje bazu potražnje za nekretninama. Geografski čimbenici također imaju značajan utjecaj na hrvatsko tržište nekretnina. Atraktivni nacionalni resursi te jedinstveni položaj na raskrižju Europe učinio je Republiku Hrvatsku atraktivnom destinacijom za turiste, što je dovelo do velike potražnje za nekretninama u obalnim područjima. Ta je potražnja dovela do fenomena poznatog kao turistička gentrifikacija, gdje priljev turista dovodi do raseljavanja lokalnog stanovništva i rasta cijena nekretnina zahvaljujući masovnoj izgradnji stambenih jedinica s namjerom obavljanja djelatnosti turizma. Fenomen apartmanizacije dovodi u pitanje održivog razvoja u turizmu s obzirom na narušavanje društvenih, ekoloških i ekonomskih ciljeva društva. Socioekonomski čimbenici također igraju ključnu ulogu na hrvatskom tržištu nekretnina. Visoka stopa nezaposlenosti u zemlji i niske plaće otežali su mnogim ljudima da si priušte stan, što je dovelo do rastuće krize pristupačnosti stambenog prostora. Uz to, subvencioniranje kredita za kupnju nekretnina od strane hrvatske vlade podiglo je cijene nekretnina, pridonoseći rastućem balonu nekretnina u zemlji. Naime, subvencioniranje kamata na stambene kredite imalo je negativan utjecaj na rast cijena nekretnina s obzirom na porast potražnje za istima. Također, niske kamatne stope u periodu ekspanzivnog razdoblja su utjecale na povećanje potražnje za jeftinim kreditima čime su se financirale transakcije nekretnina. Kulturološki i psihološki čimbenici također utječu na hrvatsko tržište nekretnina. Na primjer, želja za posjedovanjem kuće i kulturološka važnost posjedovanja nekretnine pridonijeli su velikoj potražnji za nekretninama u zemlji. Tu je potražnju dodatno potaknula percepcija da su nekretnine dobra investicija, što je dovelo do rastućeg nekretninskog balona. S obzirom na visoku stopu vlasništva nad nekretninom i atraktivnim nacionalnim resursima, turizam se izdvaja kao industrija koja je lukrativna i profitabilna. Utjecaj turizma na hrvatsko tržište nekretnina je značajan. Turiste privlači

prekrasna obala i slikoviti krajolici zemlje, što je dovelo do velike potražnje za nekretninama u ovim područjima. Zahvaljujući niskim poreznim obvezama te gotovo nepostojećim barijerama ulaska na tržište, velik broj privatnih iznajmljivača, domaćih i stranih, odlučuje investirati u nekretnine s namjerom iznajmljivanja privatnog smještaja. Značajan nalaz iz ovog rada je da su visoke cijene nekretnina u Hrvatskoj postale nedostupne većini građana. Rastući stambeni balon u zemlji potaknut je subvencioniranim kreditima koje daje država, što dovodi do situacije u kojoj si mnogi ljudi više ne mogu priuštiti kupnju ili najam stana. Rastu cijena pridonijela je i potražnja turista kojima je tržište nekretnina u Hrvatskoj privlačno i pristupačno. Nadalje, niske kamatne stope u posljednjih 10 godina ljudima su olakšale uzimanje kredita, što je dodatno podiglo cijene nekretnina. To je stvorilo situaciju u kojoj je tržište nekretnina u Republici Hrvatskoj vrlo ranjivo zbog velike ovisnosti zemlje o turizmu. Ako bi turistička industrija pretrpjela značajniji pad, to bi moglo dovesti do oštrog pada cijena nekretnina, što bi rezultiralo velikom gospodarskom krizom. Stoga je od ključne važnosti za vladu i kreatore politike u Hrvatskoj da poduzmu korake za rješavanje rastućeg balona nekretnina i dugoročno osiguraju održivost tržišta nekretnina. Postoji niz mjera politike koje hrvatska Vlada može razmotriti kako bi se pozabavila rastućim stambenim balonom i osigurala dugoročnu održivost tržišta nekretnina. U nastavku prijedlog mjera:

- Provedba kontrole najamnine: Jedan od načina za rješavanje pitanja pristupačnosti stanovanja je provedba mjera kontrole najamnine. Time bi se ograničio iznos koji stanodavci mogu naplaćivati za najam, čime bi se osiguralo da smještaj ostane pristupačan obiteljima s niskim primanjima. Međutim, kontrola najamnine također može dovesti do smanjenja ponude stanova za iznajmljivanje, budući da je manje vjerojatno da će stanodavci ulagati u nekretnine koje podliježu kontroli najamnine.
- Poticanje izgradnje pristupačnih stanova: Još jedan način rješavanja pitanja pristupačnosti stanova je poticanje izgradnje pristupačnih stanova. To bi moglo uključivati porezne olakšice za graditelje koji grade pristupačne stambene jedinice ili subvencije za obitelji s niskim prihodima kako bi im se pomoglo pri kupnji domova. To bi pomoglo povećati ponudu pristupačnih stanova na tržištu i smanjiti ukupnu potražnju za stanovima.
- Ograničenje ili ukidanje subvencioniranih kredita: Subvencioniranje kredita za kupnju nekretnina od strane hrvatske Vlade podiglo je cijene nekretnina i pridonijelo rastućem balonu nekretnina. Jedna od mogućih političkih opcija je ograničavanje iznosa

subvencija za kredite za nekretnine, što bi pomoglo u smanjenju potražnje za stanovima i ograničilo rast stambenog balona.

- Diverzifikacija gospodarstva: Još jedan način rješavanja ranjivosti tržišta nekretnina na fluktuacije u turističkoj potražnji jest diversificiranje gospodarstva. Hrvatska vlada mogla bi razmotriti politike za poticanje rasta drugih industrija, poput proizvodnje ili tehnologije, čime bi se smanjila ovisnost zemlje o turističkoj industriji. To bi pomoglo u stvaranju stabilnijeg i održivijeg tržišta nekretnina.
- Povećanje transparentnosti: Konačno, hrvatska bi vlada mogla razmotriti politiku povećanja transparentnosti na tržištu nekretnina. To bi moglo uključivati zahtijevanje većeg otkrivanja transakcija nekretnina, poboljšanje točnosti procjene vrijednosti nekretnina i suzbijanje nezakonitih ili neetičkih praksi u industriji nekretnina. To bi pomoglo smanjiti rizik od prijevara i špekulacije na tržištu, stvarajući stabilnije i održivije tržište nekretnina za sve.

Provedba predloženih mjera za rješavanje krize pristupačnosti stanovanja u Hrvatskoj vjerojatno bi imala određeni utjecaj i na turizam u zemlji. Kontrola najamnine, na primjer, može otežati profitabilnost kratkoročnih iznajmljivača, budući da mogu podlijevati propisima o kontroli najamnine koji ograničavaju njihovu mogućnost podizanja cijena najma. To bi moglo dovesti do smanjenja ponude kratkoročnog najma, što bi zauzvrat moglo dovesti do smanjenja turističke potražnje u nekim područjima. Međutim, važno je napomenuti da bi kontrola najamnine također mogla dugoročno pozitivno utjecati na turističku industriju. Čineći život u popularnim turističkim odredištima lokalnim stanovnicima pristupačnijim, to bi moglo dovesti do stabilnijeg i raznolikijeg lokalnog stanovništva, što bi moglo koristiti turističkoj industriji stvaranjem autentičnijeg iskustva za posjetitelje. Osim toga, smanjenjem rizika od gentrifikacije, kontrola stanarine mogla bi pomoći u očuvanju kulturne baštine ovih područja, što bi moglo biti prodajno mjesto za turiste. Dugoročno, teško je predvidjeti točan učinak ovih mjera na turističku industriju u Hrvatskoj, budući da će na njih vjerojatno utjecati različiti čimbenici, uključujući promjene u širem gospodarskom i političkom okruženju, kao i promjene u preferencijama i ponašanju potrošača. Međutim, jasno je da je rješavanje krize pristupačnosti stanovanja u Republici Hrvatskoj nužan korak kako bi se osigurala dugoročna održivost tržišta nekretnina u zemlji, održivog razvoja turizma kao i cjelokupno zdravlje hrvatskog gospodarstva.

Popis literature

1. Ackert, L., B. Church i N. Jayarman (2011). Is There a Link between Money Illusion and Homeowners' Expectations of Housing Prices?. *Real Estate Economics*, 2011, 39(2), str. 251-275.
2. Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN) (2017). *Put do subencioniranih stambenih kredita*. [online] Dostupno na: <https://apn.hr/subvencionirani-stambeni-krediti/put-do-kredita>
3. Agroklub (2021), *Isplaćene potpore: Broj isplata po županijama – 2021. godina* [online]. Dostupno na: <https://www.agroklub.com/potpore/statistika/2021/> [21. prosinca 2022.]
4. Albrechts, L. i Balducci, A. (2013). Practicing strategic planning: In search of critical features to explain the strategic character of plans, disP. *The Planning Review*, 49(3), str. 16-27.
5. Alegre, J. i Pou, L. (2006). The length of stay in the demand for tourism. *Tourism Management*, 27(6), str. 1343-1355.
6. Alegre, J., Mateo, S. i Pou, L.L. (2011). A latent class approach to tourists' length of stay. *Tourism Management*, 32(3), str. 555-563.
7. Almeida, J., Costa, C. i Nunes da Silva, F. (2017). A framework for conflict analysis in spatial planning for tourism. *Tourism Management Perspectives*. 24, str. 94-106.
8. Archer, B. i Shea, S. (1975). Length of stay problems in tourist research. *Journal of Travel Research*, 13(3), str. 8-10
9. Barkham, R. i Geltner, D. (1994). Unsmoothing British Valuation-based Returns without Assuming An Efficient Market. *Journal of Property Research*, 1994, 11, str. 81-95.
10. Baum, T. (1999). Seasonality in Tourism: Understanding the challenges. *Tourism Economics*, 5(1), str. 5-8.
11. Benjamin, J.D., P.T. Chinloy i G.D. Jud. (2004). Why Do Households Concentrate Their Wealth in Housing?. *Journal of Real Estate Research*, 2004, 26(4), str. 329-344
12. Bishop, C.M. (2006). *Pattern Recognition and Machine Learning*. New York: Springer, 2006.
13. Bourdieu, P. (1985). The Social Space and the Genesis of Groups. *Theory and Society*, 1985, 14, str. 723-744

14. Brook, O. (2016). Spatial equity and cultural participation: how access influences attendance at museums and galleries in London. *Cultural Trends*, 25(1), str. 21-34
15. Brown, G. i Essex, S. (1997). Sustainable Tourism Management: Lessons from the Edge of Australia. *Journal of Sustainable Tourism*, 5(4), str. 294-305
16. Brown, G.R. i Matysiak, G.A. (2000). *Real Estate Investment. A Capital Market Approach*. Pearson Education.
17. Burak, S., Dogan, E. i Gaziogiu, C. (2004). Impact of urbanization and tourism on coastal environment. *Ocean & Coastal Management*, 47(9-10), str. 515-527
18. Case, K.E., Quigley, J.M. i Shiller, R.J. (2003). *Home-buyers, Housing and the Macroeconomy*. Conference on Asset Prices and Monetary Policy.
19. *CIJENE STANOVA U HRVATSKOJ*. Ekonomska misao i praksa, 30(2), str. 393-416
20. Dieci, R. i Westerhoff, F. (2012). A Simple Model of a Speculative Housing Market. *Journal of Evolutionary Economics*, 2013, 22(2), str. 303-329.
21. Dimelli, D. (2017). The effects of tourism in Green insular settlements and the role of spatial planning. *Journal of the Knowledge Economy*, 8(1)
22. Državni zavod za statistiku (2022). *Dolasci i noćenja turista*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/dolasci-i-nocenja-turista/> [14. prosinca 2022.]
23. Državni zavod za statistiku (2022). *Gradevinarstvo*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/gradevinarstvo/gradevinske-dozvole/>
24. Državni zavod za statistiku (2022). *Indeks cijena stambenih nekretnina*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/cijene/indeks-cijena-stambenih-nekretnina/> [8. prosinca 2022.]
25. Državni zavod za statistiku (2022). *Popis stanovništva*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/stanovnistvo/popis-stanovnistva/> [1. prosinca 2022.]
26. Državni zavod za statistiku (2022). *Turizam*. Dostupno na: <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/turizam/> [11. prosinca 2022.]
27. Ekonomski institut u Zagrebu (2022). *Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske*. Dostupno na: <https://www.eizg.hr/publikacije/serijske-publikacije/pregled-trzista-nekretnina-republike-hrvatske/4273> [10. studenog 2022.]
28. Europska komisija (2020). *fi-compass: Financial needs in the agriculture and agri-food sectors in Croatia* [online]. Dostupno na: https://www.fi-compass.eu/sites/default/files/publications/financial_needs_agriculture_agrifood_sectors_Croatia.pdf [20. prosinca 2022.]

29. Europska komisija (2022). *Convergence criteria for joining*. [online] Dostupno na: https://economy-finance.ec.europa.eu/euro/enlargement-euro-area/convergence-criteria-joining_en [12. prosinca 2022.]
30. Eurostat (2021). *NUTS – Nomenclature of territorial units for statistics* [online]. Dostupno na: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/nuts/background> [22. prosinca 2022.]
31. Eurostat (2022). *GDP per capita*. Dostupno na: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/sdg_08_10/default/table [5. prosinca 2022.]
32. Farlow, A. (2004). *The U.K. Housing Market: Bubbles and Buyers*. Credit Suisse: First Boston Housing Market Conference.
33. Farlow, A. (2013). *Crash and Beyond. Causes and Consequences of the Global Financial Crisis*. Oxford University Press, 2013.
34. Ferrer-Rosell, B., Martínez-García E. i Coenders, G. (2014). Package and no-frills air carriers as moderators of length of stay. *Tourism Management*, 42, str. 114-122.
35. Food and Agriculture Organization of the United Nations (2020). *Land use in agriculture by the numbers* [online]. Dostupno na: <https://www.fao.org/sustainability/news/detail/en/c/1274219/> [20. prosinca 2022.]
36. Gallimore, P. i Gray, A. (2000). Decision Making in Small Property Companies. *Journal of Property Investment & Finance*, 2000, 18(6), str. 602-612
37. Gallimore, P. i Gray, A. (2002). The Role of Investor Sentiment in Property Investment Decisions. *Journal of Property Research*, 2002, 19(2), str. 111-120.
38. Gallimore, P., Gray, A. i Hansz, J.A. (2000). Decision Making in Small Property Companies. *Journal of Property Investment & Finance*, 2000, 18(6), str. 602-612.
39. García-Palomares J., Gutiérrez, J. i Mínguez, C. (2015). Identification of tourist hot spots based on social networks: A comparative analysis of European metropolises using photo-sharing services and GIS. *Applied Geography*, 63, 408-417.
40. Glaeser, E.L. (2013). A Nation of Gamblers: Real Estate Speculation and American History. *American Economic Review*, 2013, 103(3), str. 1-42.
41. Goetzmann, W.N. (1993). The Single Family Home in the investment Portfolio. *The Journal of Real Estate Finance and Economics*, 1993, 6(3), str. 201-222.
42. Gössling, S. et al. (2016). Optimizing or maximizing growth? A challenge for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(4), str. 1-22.

43. Gotham, K. (2015). Tourism Gentrification: The Case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter). *Urban Studies*, 42(7), str. 1099–1121.
44. Hao, H. et al. (2018). Property owners' attitudes toward sustainable tourism: Comparing coastal mountain counties. *Tourism Hospitality and Research*, 18(4), str. 429-441
45. Hillier, J. (2011). Strategic navigation across multiple planes: Towards a Deleuzean-inspired methodology for strategic spatial planning. *The Town planning review*, 82(5), str. 503-527.
46. HNB (2022). *Kamatne stope na kredite*. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistics/statistical-data/financial-sector/other-monetary-financial-institutions/credit-institutions/interest-rates> [8. prosinca 2022.]
47. Hrvatska Narodna Banka (2013). *Preporuka o postupanju pri odobravanju nestambenih kredita potrošačima* [online]. Dostupno na: https://www.hnb.hr/documents/20182/2042017/hp28022019_preporuka.pdf/6cf30cf5-72d1-95e2-b3a5-8a10060b6839?t=1551348563264 [3. siječnja 2023.]
48. Hrvatska Narodna Banka (2022). *Makroekonomski indikatori*. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistics/main-macro-economic-indicators> [7. prosinca 2022.]
49. Hrvatska turistička zajednica (2020). *Analiza sezonalnosti turističkog prometa na području Republike Hrvatske* [online]. Dostupno na: <https://www.htz.hr/hr-HR/informacije-o-trzistima/analize-s-podrucja-turizma/analize-turistickog-prometa/arhiva> [8. siječnja 2023.]
50. Indeed (2021). *Average Sales Price vs. Median Sales Price: What's the Difference?* [online], Dostupno na: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/average-sale-vs-median-sale-price> [16. prosinca 2022.]
51. Izvor: Hrvatska Narodna Banka (2022). *Distribucija kredita kućanstvima*. Dostupno na: <https://www.hnb.hr/en/statistika/statisticki-podaci/sve-tablice-po-datumu-objave> [10. prosinca 2022.]
52. Jaffe, A.J. i Sirmans, C.F. (1995). *Fundamentals of Real Estate Investment*. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall
53. Kotler, P. et. al. (2017). *Principles of Marketing*. Drugo europsko izdanje. New Jersey: Prentice Hall Inc., (14), str. 105-111
54. Kožić I., Krešić, D. i Boranić-Živoder, S. (2013). *Analiza sezonalnosti turizma u Hrvatskoj primjenom metode gini koeficijenta*. *Ekonomski pregled*, 64(2), str. 159-181

55. Leko, V. i Stojanović, A. (2018). *Financijske institucije i tržišta*. Zagreb: Ekonomski fakultet Zagreb.
56. Leung, C. (2004). Macroeconomics and housing: a review of the literature. *Journal of Housing Economics*, 8(1), str. 264-267.
57. Liu, H. et al. (2021) *The Housing Boom and the Decline in Mortgage Rates*. New York: Federal Reserve Bank of New York. Dostupno na: <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2021/09/the-housing-boom-and-the-decline-in-mortgage-rates/> [13. prosinca 2022.]
58. Liu, H. et al. (2021) *The Housing Boom and the Decline in Mortgage Rates*. New York: Federal Reserve Bank of New York. Dostupno na: <https://libertystreeteconomics.newyorkfed.org/2021/09/the-housing-boom-and-the-decline-in-mortgage-rates/> [4. siječnja 2023.]
59. Lord, A., Cheang, C. i Dunning, R. (2021). Understanding the geography of affordable housing provided through land value capture: Evidence from England Urban Studies. *Urban Studies*, 59(10).
60. Magaš, D., Vodeb, K. i Zadel, Z. (2018). *Menadžment turističke organizacije i destinacije*. Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu: Sveučilište u Rijeci, str. 1-174.
61. Mäntysalo, R, Kangasoja, K. J. i Kanninen, V. (2015). The paradox of strategic spatial planning: A theoretical outline with a view on Finland. *Planning Theory & Practice*, 16(2), str. 169-183.
62. Martinez-Garcia, E. i Maria Raya J. (2008). The length of the stay of low cost tourism. *Tourism Management*, 21(6), str. 1064-1075.
63. McCarthy, J. (2003). Spatial Planning, Tourism and Regeneration in Historic Port Cities, disP. *The Planning Review*, 39(154), str. 19-25
64. McQuinn, K. i O'Reilly, G. (2008). Assessing the role of income and interest rates in determining house prices. *Economic Modelling*, 25(3), str. 377-390.
65. Međunarodni monetarni fond (2022). *Policy responses to Covid-19*. [online] Dostupno na: <https://www.imf.org/en/Topics/imf-and-covid19/Policy-Responses-to-COVID-19> [12. prosinca 2022.]
66. Meleddu, M. (2014). Tourism, residents' welfare and economic choice: A literature review. *Journal of Economic Surveys*, 28(2), str. 376-399

67. Mikulić, J. (2006). Istraživanje utjecaja neplanske gradnje na razvoj održivog turizma Makarske rivijere. *Acta Turistica*, 18(1), str. 76-97
68. Mikulić, J. et al. (2021). The effect of tourism on housing affordability. *Annals of Tourism Research*, 90(C), str. 1-12.
69. Ministarstvo regionalnog razvoja i fondova Europske unije (2021.) *Plan za industrijsku tranziciju sjeverne Hrvatske* [online]. Dostupno na: https://razvoj.gov.hr/UserDocsImages/Planovi%20industrijske%20tranzicije/Plan%20za%20industrijsku%20tranziciju%20Sjeverne%20Hrvatske_lektorirano_clean.pdf [22. prosinca 2022.]
70. Ministarstvo turizma i sporta (2022). *Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine* [online]. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (23. prosinca 2022.)
71. Ministarstvo turizma i sporta (2022). *Strategija održivog razvoja turizma do 2030. godine* [online]. Dostupno na: https://mint.gov.hr/UserDocsImages/2022_dokumenti/003_220721_Strategija_ROT_nacrt.pdf (6. siječnja 2023.)
72. Ministarstvo turizma Republike Hrvatske (2022). *Turizam u brojkama*. Zagreb: MINT
73. Mustać J. (2019). Cjenovni balon na tržištu nekretnina u Hrvatskoj. *Oeconomica Jadertina*, 9(1), str. 78-88
74. Narodne novine (2013) *Zakon o gradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d.
75. Narodne novine (2019). *Pravilnik o najnižem i najvišem iznosu turističke pristojbe, čl. 2*. Zagreb: Narodne novine d.d.
76. Narodne novine (2019). *Pravilnik o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu, čl.2*. Zagreb: Narodne novine d.d.
77. Narodne novine (2021). *Zakon o društveno poticajnoj stanogradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d., čl. 30
78. Narodne novine (2021). *Zakon o društveno poticajnoj stanogradnji*. Zagreb: Narodne novine d.d., čl. 44.
79. Narodne novine (2021). *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl. 8*. Zagreb: Narodne novine d.d.
80. Narodne novine (2021). *Zakon o ugostiteljskoj djelatnosti, čl.10*. Zagreb: Narodne novine d.d.

81. Narodne novine (2022). *Zakon o porezu na dodanu vrijednost, čl. 26*. Zagreb: Narodne novine d.d.
82. Narodne novine (2022). *Zakon o porezu na dodanu vrijednost, čl. 75*. Zagreb: Narodne novine d.d.
83. Pagés, J. i Maza, L.A. (2003). *Analysis of House Prices in Spain*. Banco de España Documento de Trabajo, No. 7. Madrid: Bank of Spain.
84. Savić, Z. et al. (2021). *Županije – razvojna raznolikost i gospodarski potencijali*. Zagreb: Hrvatska gospodarska komora
85. Shiller, R. J. (2006). Long-Term Perspectives on the Current Boom in Home Prices. *The Economists' Voice*, 2006, 3(4), str. 1-11
86. Shiller, R.J. (2005). *Irrational Exuberance*. Drugo izdanje. Princeton: Princeton University Press, 2005.
87. Silberman, J. (1985). A demand of function for length of stay: The evidence for Virginia Beach. *Journal of Travel Research*, 23(4), str. 16-23.
88. Silver, M. (2012). *Why House Price Indexes Differ: Measurement and Analysis* [online]. Dostupno na: <https://www.imf.org/external/pubs/ft/wp/2012/wp12125.pdf> [27. prosinca 2022.]
89. Slišković, T., Solenički M. i Beg, M. (2021). *2020. – GODINA ŠOKOVA – PROCJENA UČINAKA NA*
90. Statista (2021). Homeownership rate in selected European countries [online]. Dostupno na: <https://www.statista.com/statistics/246355/home-ownership-rate-in-europe/>
91. Stephen, F. Witt i Moutinho, L. (1994). Tourism Marketing and Management Handbook. *Journal of Travel Research*, 33(2), str. 65-65.
92. Streimikiene, D. et al. (2021). Sustainable Tourism Development and Competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(6), str. 259-271.
93. Sutton, G. (2002). Explaining changes in house prices. *BIS Quarterly Review*, Rujan, Basel: BIS.
94. Tepuš, M.M. (2004). Analiza modela stambenog financiranja u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 58(7-8), str. 465-488.
95. Thrane, C. (2012). Analyzing tourists' length of stay at destinations with survival models: A constructive critique based on a case study. *Tourism Management*, 33, str. 126-132.

96. Thrane, C. (2016). Students' summer tourism: Determinants of length of stay (LOS). *Tourism Management*, 54, str. 178-184.
97. Thrane, C. i Farstad, E. (2012). Nationality as a segmentation criterion in tourism reserach: the case of internation tourists' expenditures while on trips in Norway. *Tourism Economics*, 18(1), str. 203-217.
98. Tica, J. (2020). Čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 18(2), str. 15-33
99. Tica, J. (2020). Čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 18(2), str. 15-33
100. Tica, J. (2020). Čimbenici kretanja cijena stambenih nekretnina u Hrvatskoj. *Zbornik Ekonomskog fakulteta u Zagrebu*, 18(2), str. 15-33
101. Tkalec, M. i Vizek, M. (2016). The price tag of tourism: Does tourism activity increase prices of goods and services. *Tourism Economics*, 22(1), str. 93-109.
102. Trajkov, A., Biljan, J. i Andreeski, C. (2016). Overview and characteristics of tourism seasonality in Ohrid. *Economic Themes*, 54(4), str. 485-498.
103. Troskot Z., Prskalo, M.E., i Šimić Banović, R. (2019). *Ključne odrednice iseljavanja visokokvalificiranog stanovništva: Slučaj Hrvatske s komparativnim osvrtom na nove članice EU-a*. Zbornik radova Pravnog fakulteta u Splitu, 56 (4), str. 877-904
104. UNWTO (2005). *Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers*, str. 11-12.
105. Vizek, M. et al. (2021) *Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske*. Peto izdanje. Zagreb: Ekonomski institut
106. Wetzstein, S. (2017). The global urban housing affordability crisis. *Urban studies*. 54(14), str. 3159-3177.
107. Wetzstein, S. (2017). The global urban housing affordability crisis. *Urban studies*. 54(14), str. 3159-3177.
108. World Bank (2010). *Guidelines for the User Cost Model to calculate rents for owner occupied housing* [online]. Dostupno na: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/309521487262215444-0050022017/original/03.03ICPTAG03GuidelinesN.pdf> [4. siječnja 2023.]
109. World Tourism Organization (2004). *Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations*. WTO.

110. Xun, B., Zhenguo, L. i Yingchun, L. (2018). House price, loan-to-value ratio and credit risk. *Journal of Banking & Finance*, 2018, 92, str. 1-12
111. Yadav, S. i Etoria, R. (2019). Impact of Government Policies on Real Estate Consuming Buying Behaviour. *International Journal of Trade and Commerce-IIARTC*, 8(1), str. 176.-191.

Popis grafikona

Grafikon 1. Ukupan broj kupoprodajnih transakcija te kamatna stopa na stambene kredite u EUR u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.....	6
Grafikon 2. Pregled broja kupoprodajnih transakcija po vrsti nekretnine u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	8
Grafikon 3. Vrijednost ukupno ostvarenih kupoprodajnih transakcija u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	9
Grafikon 4. Vrijednost ukupno ostvarenih kupoprodajnih transakcija po vrsti nekretnine u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	10
Grafikon 5. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija stanova i apartmana u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	11
Grafikon 6. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	15
Grafikon 7. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2021.....	18
Grafikon 8. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2021.....	22
Grafikon 9. Migracije u Hrvatskoj u razdoblju od 2011. do 2021. godine	28
Grafikon 10. Starosna struktura stanovništva u Hrvatskoj za 2021. godinu	29
Grafikon 11. Usporedba BDP-a po glavi stanovnika za Europsku uniju i odabrane zemlje za period 2011. – 2021.	33
Grafikon 12. Nezaposlenost u Republici Hrvatskoj za period 2002. – 2022.	34
Grafikon 13. Kamatne stope na stambene kredite kućanstvima bez valutne klauzule u Republici Hrvatskoj za period 2012. - 2022.....	36
Grafikon 14. Indeks cijena stambenih nekretnina u Republici Hrvatskoj za period 2007. – 2022.	37
Grafikon 15. Distribucija izdanih kredita kućanstvima po vrsti kredita u 000 EUR za period 2011. – 11./2022..	48
Grafikon 16. Dolasci turista u Republiku Hrvatsku u periodu 2015. – 2021.....	51
Grafikon 17. Noćenja turista po zemlji porijekla u Republici Hrvatskoj za 2019.	52
Grafikon 18. Prosječno trajanje boravka turista prema zemlji dolaska u Hrvatskoj za period 2015. - 2021.....	53
Grafikon 19. Stopa zauzetosti smještajnih kapaciteta hotela i sličnog smještaja po mjesecima za period 2017. - 2021.	55
	89

Grafikon 20. Broj ukupno izdanih građevinskih dozvola u Republici Hrvatskoj za period 2010. – 2021.	62
Grafikon 21. Broj izdanih građevinskih dozvola za stanove po županijama za 2021.....	63
Grafikon 22. Projekcija cijena stambenih nekretnina u RH prema regresijskom modelu	75

Popis tablica

Tablica 1. Pregled ukupnog broja prodanih stanova i apartmana po županijama za period 2012. – 2021.	12
Tablica 2. Najviše medijalne cijene stanova i apartmana po m2 u Republici Hrvatskoj za period 2012. – 2021.	13
Tablica 3. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća po županijama za period 2012. – 2021.	16
Tablica 4. Najviše medijalne cijene obiteljskih kuća u m2 po jedinicama lokalne samouprave za period 2012. - 2021.	17
Tablica 5. Pregled ukupnog broja kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta po županijama za period 2012. – 2021.	19
Tablica 6. Najviše medijalne cijene građevinskih zemljišta po jedinicama lokalne samouprave za period 2012. - 2021.	20
Tablica 7. Broj ukupnih kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta po županijama za period 2012. – 2021.	23
Tablica 8. Najviše medijalne cijene poljoprivrednih zemljišta po jedini lokalne samouprave za peroid 2012. - 2021.	24
Tablica 9. Popis stanovništva prema županijama za 2011. i 2022. godinu	27
Tablica 10. Pregled udjela ukupno izdanih kredita kućanstvima po županijama u % za period 2018. – Q3 2022.	47
Tablica 11. Format podataka korišten u modelu linearne regresije.....	73

Popis slika

Slika 1. Podjela Republike Hrvatske na četiri statističke regije 2. razine (NUTS 2)	30
Slika 2. Dostupnost stanovanja u Republici Hrvatskoj u 2018. godini po županijama.....	59
Slika 3. Isječak koda korištenja Sci-Kit biblioteke za primjenu linearne regresije.....	74

Životopis autora

MARKO TURKALJ

Analiza i Poslovno planiranje

@ turkaljmarko98@gmail.com +385919560474 Ekonomski fakultet, Zagreb
in https://www.linkedin.com/in/turkaljmarko/



ISKUSTVO

Agent za nekretnine

Dom Tenerife Properties

Veljača, 2022 - Kolovoz, 2022 Tenerife, ESP

- Savjetovanje u prodaji
- Izrada marketinških strategija
- Investicijska analiza
- Održavanje odnosa sa klijentima i vlasnicima

Pripravnik u financijskom savjetovanju

Crowe

Studeni, 2021 - Veljača, 2022 Zagreb, CRO

- Valuacija i financijsko modeliranje
- Korporativno savjetovanje
- Preuzimanje i pripajanje
- Savjetovanje o dugu i kapitalu
- Ekonomsko savjetovanje
- Restrukturiranje

Junior Financijski Kontroler

Pan-Pek

Kolovoz, 2021 - Studeni, 2021 Zagreb, CRO

- 2. najveći pekarski lanac u Hrvatskoj
- Izrada tjednih i mjesečnih financijskih izvješća
- Izračun radnih sati zaposlenika
- Izrada cijena proizvoda
- Analiza prodaje

Član tima Analiza poduzeća i industrije

Financijski klub

Studeni, 2019 - Srpanj, 2022 Sveučilište u Zagrebu, CRO

- Studentska udruga koja se bavi promicanjem financijske pismenosti
- Menadžment projekata, organizacija konferencija i panel diskusija
- Organizacija i sudjelovanje u radionicama
- Samostalna analiza i istraživanje

Bonkas Kitchen & Bar

Menadžment obiteljskog restorana

Svibanj, 2017 - aktivno Zagreb, CRO

- Računovodstvo
- Logistika
- Menadžment ljudskih resursa
- Prodaja
- Izrada cijena

MOTO

"Kad je očito da nemožeš doći do cilja, ne mjenjaj cilj, već promijeni korake koje poduzimaš da dođeš do njega."

POSTIGNUĆA

Turistički vodič
Položen tečaj

VJEŠTINE

Dubinska analiza Donošenje odluka

Motivacija Komunikacija

Istraživanje KPI Prodaja

Organizacija Pisanje članaka

Project management

Microsoft Office Latex

JEZICI

Engleski

Španjolsku

Talijanski

EDUKACIJA

Erasmus Mobilnost

Universidad Politécnic de Cartagena

Veljača, 2021 - Srpanj, 2021

Analiza i Poslovno Planiranje

Sveučilište u Zagrebu

September, 2017 - Veljača, 2023