



MOJADJELATNOST

BROJ 3

ZIMA 2025.

HOĆE LI
JOŠ JEDNA
REKORDNA
SEZONA SPASITI
GOSPODARSTVO?

Velika analiza
Agroturizam sve snažniji

Građevina
Cijene materijala lete u nebo

Industrija
Roboti kao zamjena za ljude



Turizam ili industrijska proizvodnja kao generator gospodarstva

Izdavač:

AI STUDIO d.o.o.
Ulica Divka Budaka 1D
10000 Zagreb, Hrvatska

Web:

ai-studio.hr

E-mail:

info@ai-studio.hr

Telefon:

tel: 095/206-7667

Za ilustracije korišteni foto-servisi Pixabay, Freepik i Unsplash, osim gdje je drugačije naznačeno.

Novi broj našeg časopisa donosi svjež i analitički pogled na ključne sektore hrvatskog gospodarstva u trenutku kada se zemlja suočava s dinamičnim promjenama, rastućim izazovima i značajnim prilikama za održivi razvoj. U razdoblju koje obilježava prelazak prema zelenoj i digitalnoj tranziciji, ova izdanja žele dati prostor dubokim analizama, stručnim mišljenjima i konkretnim primjerima iz prakse – sve u cilju boljeg razumijevanja gospodarske stvarnosti u kojoj živimo.

Turizam, kao jedan od temeljnih stupova hrvatske ekonomije, ostaje u fokusu. Donosimo pregled ljetne sezone, s analizom dolazaka, potrošnje i turističke zadovoljstva, uz projekcije za preostatak godine. U istom kontekstu, istražujemo i budućnost održivog turizma, agroturizma i razvoja lokalnih brendova koji sve više privlače pažnju domaćih i stranih posjetitelja. Posebnu pozornost posvećujemo ulozi javnih ustanova u poticanju lokalnog razvoja, kao i razvoju trgovine, gdje analiziramo trendove potrošnje i rast domaćih robnih marki koje se sve više natječu s međunarodnim igračima.

Digitalna transformacija i automatizacija postaju realnost u hrvatskoj industriji. Igor Ilić istražuje kako se hrvatski proizvođači prilagođavaju zelenoj tranziciji, uvode robotiku i moderniziraju proizvodne procese. Vladana Kovačević osvrće se na očekivani manjak tehničkih kadrova i potrebu za jačanjem strukovnog obrazovanja, dok Lejla Barić analizira bujnu ekspanziju e-trgovine, koja sve više mijenja način na koji potrošači kupuju i poslovnici prodaju.

U sektoru automobila, osvjetljavamo dvije važne teme: prvi je dolazak dostupnih kineskih automobila na hrvatsko tržište, koji sve više osvajaju tržišni udio zahvaljujući inovacijama i konkurentnim cijenama, a drugi je razvoj električne mobilnosti, koja iako napreduje, i dalje zahtijeva jaču infrastrukturu i poticaje. BYD, najveći kineski proizvođač električnih i hibridnih vozila, nedavno je otvorio svoj prvi autosalon u Hrvatskoj, u Zagrebu, a hrvatska podružnica će upravljati i tržištem u Sloveniji. Ovaj potez naglašava rastuću važnost Hrvatske kao strateškog čvorišta u regiji, a dolazak BYD-a, uz planove za tvornicu u Mađarskoj, označava novu fazu konkurencije na tržištu električnih vozila.

Građevinski sektor suočava s višestrukim izazovima – od rasta cijena građevinskog materijala i logističkih poteškoća do kroničnog manjka radne snage. Helena Marušić Čović i Suzana Vezilić istražuju kako državne politike, porezni poticaji i programi obnove zgrada mogu oživjeti ovaj vitalni sektor,

Na tržištu nekretnina, Suzana Vezilić i Helena Marušić Čović donose detaljnu analizu poslovnih nekretnina, državnih poticaja i regionalnih trendova

Kroz sve ove teme, jasno je da Hrvatska stoji na raskrižju – između tradicije i inovacije, između lokalnog i globalnog, između izazova i prilika. Ovaj broj časopisa želi biti most između svih tih svjetova, dajući prostor stručnjacima, poslovnim liderima i građanima da zajedno razmišljaju o budućnosti naše ekonomije. Uživajte u čitanju.

Raif Okić



Sadržaj

INDUSTRIJA I OBRNIŠTVO

- 10 Hrvatske tvrtke odmiču u projektima zelene tranzicije, financiranje ponajveći izazov
- 12 Hrvatski poslodavci zabrinuti zbog nedostatka kvalificirane radne snage

TURIZAM I UGOSTITELJSTVO

- 18 Održivi turizam u Hrvatskoj: Prilika za balans između razvoja i očuvanja prirode
- 22 Dolaskom umjetne inteligencije digitalizacija turizma zakoračila je u novu fazu
- 26 Direktor Turističke zajednice Dubrovnik nam otkriva planove razvoja grada
- 28 Brojke o dolascima stranih turista ukazuju na dobru sezonu

TRGOVINA I USLUGE

- 32 Hrana, moda ili kozmetika: Tvrtke koje godinama privlače hrvatske kupce
- 35 Šansa za rast, osobito za mala poduzeća
- 38 Trgovački lanci su najveći poslodavci u državi
- 40 Stabilan rast usred promjena i izazova

ZDRAVSTVO

- 46 T Poseban sektor koji Hrvatskoj osigurava prihode i izvan sezone

AUTO MOTO I TRANSPORT

- 52 Rabljena vozila iz uvoza i dalje najpopularnija u Hrvatskoj
- 54 Hrvatska postaje sve zanimljivije tržište za kineske proizvođače osobnih vozila
- 58 Hrvatska polako prelazi na električna vozila: Razvija se i javni prijevoz

GRAĐEVINARSTVO I NEKRETNINE

- 62 Građevinski materijal sve skuplji, kvadrati sve teže dostupni
- 66 Istraživanja pokazuju ogromne razlike u cijenama nekretnina po Hrvatskoj
- 68 Samac u Splitu troši polovicu plaće na stanarinu, u Zagrebu znatno manje
- 70 Veliki pregled intervencija vlasti u tržište nekretnina
- 74 Prodaja poslovnih nekretnina stagnira
- 78 Velika prepreka daljnjem razvoju gospodarstva je nedostatak radne snage
- 82 Poboljšanje energetske učinkovitosti prilika je za uštedu vlasnicima, ali i za zaradu izvođačima

KULTURA I OBRAZOVANJE

- 92 Potrebno manje gimnazijalaca a više majstora

PRAVO I PRAVOSUĐE

- 96 Regulatorne promjene i poduzetnici u Republici Hrvatskoj

USTANOVE I ORGANIZACIJE

- 100 Uloga javnih tijela u lokalnom razvoju Hrvatske

POLJOPRIVREDA

- 104 Agroturizam: Zlatna prilika ili nedovršena priča ruralnog razvoja?

TEHNOLOGIJA I INTERNET

- 112 Od Gideon Brothersa do DOK-ING-a - kako automatizacija mijenja lice domaće industrije

SPORT I REKREACIJA

- 118 Sport i rekreacija snažna karta za produljenje turističke sezone

LJEPOTA I NJEGA

- 124 Ljepota i njega u Hrvatskoj: Tržište, trendovi i ekonomski značaj









MOJADJELATNOST

www.moja-djelatnost.hr

A photograph of a worker in a white protective suit, including a hood and a blue surgical mask, wearing white gloves and holding a red plastic container. The worker is in a factory or industrial setting. The background is blurred, showing other workers in similar attire. A large red semi-transparent rectangle is overlaid on the right side of the image, containing the text 'INDUSTRIJA I OBRTNIŠTVO' in white capital letters.

INDUSTRIJA I OBRTNIŠTVO

Radi se na okolišno odgovornom poslovanju Hrvatske tvrtke odmiču u projektima zelene tranzicije, financiranje ponajveći izazov

Početna ulaganja u zelenu industrijsku tranziciju znaju biti vrlo zahtjevna čak i za velike tvrtke, a kamoli za one srednje ili manje. Na to se često nadoveže ovisnost o uvozu tehnologije te nedostatak kvalificirane radne snage u tehničkim područjima.

Velike ambicije i puno zapreka ili izazova u implementaciji je nešto što se gotovo u pravilu može reći za ozbiljne transformacijske procese kao što je zelena tranzicija ili Zeleni plan Europske unije (EU).

Ako je tako općenito, sasvim je razumljivo da se to još i više može osjetiti u industrijskom sektoru EU-a koji se zadnjih godina, od napada Rusije na Ukrajinu, suočio s velikim problemima oko izvora i cijena energije, a troškovi dekarbonizacije i prelaska na obnovljive izvore dodatno stvaraju troškovni pritisak.

Hrvatska je, znamo, od osamostaljenja sve više deindustrijalizirana zemlja, no bez obzira na to ondje gdje je moguće i potrebno cilj je postupno prijeći na održive i zelene izvore energije te maksimalno smanjiti industrijsko onečišćenje, primjerice ispuštanje ugljičnog dioksida.

Logično, Hrvatska dijeli ciljeve EU-a koji do 2050. predviđaju klimatsku neutralnost. Fokus je u velikoj mjeri na povećanje proizvodnje energije iz obnovljivih izvora, na povećanje energetske učinkovitosti u zgradarstvu i ozelenjivanje prometa, premda to u Hrvatskoj najsporije odmiče, ali nedvojbeno je da je industrijski sektor kao jedan od najvećih potrošača energije i generatora emisije stakleničkih plinova ključan dio procesa.

EU je prihvatila obvezu smanjenja emisija stakleničkih plinova za 55 posto do 2030. godine u odnosu na baznu 1990. godinu, pa zemlje članice, uključivo Hrvatsku, u svoje Nacionalne energetske i klimatske planove ugrađuju smjernice za kretanje prema tom cilju, a Plan oporavka i otpornosti služi da se putem EU fondova osiguraju sredstva za zelenu tranziciju i modernizaciju industrijskog sektora.

U praksi, zelena tranzicija u industriji podrazumijeva više različitih aktivnosti i ulagačkih napora.

Jedno je povećanje energetske učinkovitosti, pa su u energetske intenzivnim granama, kao što su cementna ili metaloprerađivačka industrija, zacrtani ciljevi koji uključuju modernizaciju postrojenja, povećanje kvalitete izolacije te pametne sustave upravljanja potrošnjom energije.

Drugo područje je dekarbonizacija proizvodnje. To uključuje povećanje uporabe obnovljivih izvora za opskr-

bu pogona, a jedan važan element bi mogao, i što se Hrvatske tiče, biti korištenje zelenog vodika premda je taj energetske segment u Hrvatskoj ipak još u povojima.

Recikliranje je također bitan način za učvršćenje zelene tranzicije. Riječ je zapravo o jačanju kružnog gospodarstva, odnosno ponovnoj uporabi sirovina i smanjenju otpada u proizvodnim procesima. Pogodni industrijski sektori za to mogu biti građevinska, prehrambena i tekstilna industrija.

EU se snažno pouzda u poticanje istraživanja i razvoja u području održivih materijala i zelene energije te digitalnih tehnologija za praćenje emisija stakleničkih plinova. Hrvatska možda ne daje golemi doprinos u ovom segmentu, no primjer tvrtke DOK-ING, odnosno Indeloop, i inovativnog stroja za proizvodnju zelenog vodika iz komunalnog otpada pokazuje da nije baš da nemamo nijednog konja za utrku.

Konačno, sve je raširenija pojava da se traži dokazivanje putem odgovarajućih međunarodnih certifikata kako se pojedina tvrtka pridržava ekoloških standarda.

U Hrvatskoj se može spomenuti nekoliko svjetlih primjera kad je riječ o industrijskoj dekarbonizaciji.

Tako je u cementnoj industriji tvrtka Holcim još 1997. godine krenula u zelenu tranziciju i od tada do 2023. sma-



Tvrtka Holcim još 1997. godine je krenula u zelenu tranziciju

FOTO: HOLCIM

njila ugljični otisak za čak 35 posto po toni cementa.

Kako navode, u Holcimu se fokusiraju na dva glavna pristupa kojima se smanjuje ugljični otisak građevinarstva. To je smanjenje emisija ugljičnog dioksida putem niskougljičnih receptura i obnovljivih izvora energije. Drugi kanal je unaprijeđenje tehnologije za hvatanje i skladištenje ugljičnog dioksida za emisije koje se ne mogu izbjeći.

U okviru projekta KODECO net zero, vrijednog čak 237 milijuna eura, cilj je hvatanje ugljika u Koromačnu i morski prijevoz do skladišta na Mediteranu. Završetak izgradnje je najavljen do 2028. godine, a veliki dio novaca osiguran je kroz Inovacijski fond EU-a.

Prema procjeni iz Holcima, u 10 godina omogućit će se sigurno skladištenje 3,67 milijuna tona ugljičnog dioksida.

I druge tvrtke poput našičkog Nexea ili Cemexa kod Splita ne gube vrijeme kad je riječ o naporima za dekarbonizacijom.

U Nexeu rade na projektu CO₂N-TESSA s ukupnom vrijednošću od 400 milijuna eura koji će omogućiti hvatanje 700 tisuća tona ugljičnog dioksida godišnje, a našička bi tvrtka postala prvi negativni emiter tog stakleničkog plina u EU zbog uporabe alternativnih goriva.

Štoviše, u blizini se nalazi geološko skladište Bockovci koje je Hrvatska načelno odabrala kao kopnenu lokaciju za skladištenje ugljičnog dioksida.

U okviru programa 'Budućnost na djelu' Cemex ima za cilj do 2030. za 47 posto smanjiti emisije ugljičnog dioksida u proizvodnji cementa u odnosu na referentnu 1990. godinu te sadržaj ugljika u betonu smanjiti za 41



FOTO: HOLCIM

Hvatanje ugljika ključna je strategija za smanjenje emisija stakleničkih plinova

posto. Također bi do tog vremena 65 posto potrošnje energije došlo iz čistih izvora.

Govoreći o velikim industrijskim tvrtkama treba reći da Hrvatska sudjeluje i u razvoju opreme za implementaciju zelene tranzicije jer je tvrtka Končar jedan od vrlo bitnih igrača na tom polju, i to ne samo na domaćem terenu već na razini EU-a i šire. Ta tvrtka razvija opremu za različite pogone za proizvodnju energije iz obnovljivih izvora kao što su hidroelektrane, solarne ili vjetroelektrane. Također, ne smije se smetnuti s uma ni angažman Končara u području elektromobilnosti.

INA, koja je povijesno temeljila razvoj na fosilnim gorivima, sada se okrenula i zelenim izvorima energije kao što su solarne elektrane, geotermalni izvori ili izgradnja postrojenja za proizvodnju zelenog vodika na prostoru riječke rafinerije.

U prehrambenom sektoru može se navesti Podravka koja ulaže u izgradnju fotonaponskih elektrana na krovovima proizvodnih pogona te radi na povećanju energetske učinkovitosti u proizvodnim procesima. Sve se više primjenjuju ekološki prihvatljive ambalaže, a tvrtka redovno izvještava o primjeni svoje ESG strategije.

Ono što je svakako veliki izazov za sve industrijske ulagače u ovom segmentu je osigurati financijska sredstva i naravno da je tu vrlo važno oslanjanje kako na europske tako i na nacionalne izvore kao što su Hrvatska banka za obnovu i razvitak ili Hrvatska agencija za malo gospodarstvo, inovacije i investicije.

Naime, početna ulaganja u zelenu industrijsku tranziciju znaju biti vrlo zahtjevna čak i za velike tvrtke, a kamoli za one srednje ili manje. Na to se često nadoveže ovisnost o uvozu tehnologije te nedostatak kvalificirane radne snage u tehničkim područjima.

I u drugim sektorima, kao što su drvo-prerađivačka industrija ili turizam, radi se na okolišno odgovornom poslovanju koje doprinosi zelenoj tranziciji.

Neki od takvih primjera u turizmu su Valamar Riviera i Maistra, a treba svemu dodati i građevinske tvrtke kao što su Domus Plus ili Radnik koje vode projekte energetske obnove i primjene suvremenih materijala s boljim izolacijskim osobinama za veću energetske učinkovitost.

Treba reći i da pojava zelenih kredita na tržištu, što je relativna novina u Hrvatskoj, otvara put za još uspješniji i brži hod u kontekstu zelene tranzicije.

Igor Ilić

Ulaganje u budućnost Hrvatski poslodavci zabrinuti zbog nedostatka kvalificirane radne snage



FOTO: HGK

Luka Burilović, predsjednik HGK

Potrebno je ulagati u domaće radnike i povezati obrazovne institucije s potrebama tržišta rada

Nedostatak kvalificirane radne snage već dugo muči hrvatsku industriju, a mnogi poslodavci ističu da je nužno što prije riješiti taj problem. Neki spas vide u stranim radnicima, dok drugi smatraju da je rješenje u robotizaciji i automatizaciji.

Sredinom prošle godine je Hrvatska gospodarska komora (HGK) objavila podatke iz ankete o radnoj snazi koju je ispunilo 176 tvrtki. Gotovo polovica ih je bila iz sektora trgovine, a oko 45 posto anketiranih je izjavilo da su zanimanja iz područja logistike i distribucije deficitarna.

Tada je suosnivač tvrtke Gideon Brothers, Krno Stražanac, kazao

kako pojedini procesi u logističko-distributivnim centrima, odnosno samom skladišnom poslovanju još uvijek nisu automatizirani, što uzrokuje visoke operativne troškove. Primjenom robotike, kako je naveo, moguće je postići veliko snižavanje operativnih troškova, ali i povećanje produktivnosti te učinkovitosti poslovanja. Tako se do neke mjere može riješiti nedostatak radne snage, jer radnici i roboti moraju raditi zajedno kako bi povećali ukupnu učinkovitost, rekao je.

Istodobno, ravnateljica Srednje škole Jastrebarsko, Sonja Stipanović, naglasila je da mladi moraju paziti i na odabir srednje škole. Dodala je da je važno nuditi zanimanja koja

su tražena na tržištu rada, povezujući obrazovne institucije s potrebama poslodavaca.

Krajem 2023. je predsjednik Hrvatske gospodarske komore (HGK) Luka Burilović rekao da je nedostatak radne snage nešto s čime su se suočili mnogi u raznim sektorima te godine i zato je HGK osnovala Zajednicu agencija za zapošljavanja.

„Radimo s Ministarstvom rada i Hrvatskim zavodom za zapošljavanje. Planiramo poduzeti niz aktivnosti vezanih uz problem potrage za kvalitetnim radnicima. Pokušavamo detektirati koja su to tržišta za radnu snagu, recimo Argentina, Bolivija, Peru. Ovdje je već dio radnika iz Filipina,

Indije i Nepala. Mi želimo prezentirati Hrvatsku kao zemlju koja je dovoljno atraktivna za državljane tih zemalja i da ih pokušamo animirati za dolazak, ali ne tako da dođu ovdje, pa onda idu dalje", kazao je predsjednik HGK u prosincu 2023. godine.

Europska komisija je u ožujku 2024. objavila da je nedostatak radne snage i vještina u porastu u svim državama članicama Europske unije (EU). U istraživanju EK gotovo dvije trećine, odnosno 63 posto malih i srednjih poduzeća izjavilo je da ne mogu pronaći radnike s odgovarajućim kvalifikacijama. Osim toga, Komisija je utvrdila 42 deficitarna zanimanja, naveli su na svojoj internetskoj stranici.

Boris Vujčić, guverner Hrvatske narodne banke (HNB) kazao je u svibnju 2024. da nedostatak kvalificirane radne snage nije samo hrvatski problem nego je i problem Europe. Naveo je da je tako već godinama i da će se nastaviti, prema objavi na internetskoj stranici HNB-a.

„Zapošljavanje stranih radnika donekle rješava probleme nedostatka kvalificirane radne snage. Po našoj procjeni u Hrvatskoj ih je oko 100.000 i njihov se broj brzo povećava. U tom kontekstu je potrebno reći da analitika pokazuje kako strani radnici počinju pridonositi rastu potencijalnog BDP-a“, istaknuo je tada.

Iz HGK su u lipnju lani naveli da u zadnjih nekoliko godina nedostaje radnika srednje stručne spreme sa specifičnim znanjima i kvalifikacijama, i to u svim područjima prometa, posebice u željezničkom i zračnom. Oni su se složili s procjenom ravnateljice Stipanović, jer smatraju da je potrebno uskladiti srednjoškolski obrazovni sustav s potrebama tržišta rada i omogućiti obrazovanje

većeg broja učenika strukovnih zanimanja.

Priopćili su i da je bitno regulirati uvoz stranih radnika tako da se smanji administrativni okvir, produži rok važenja radnih dozvola, uredi priznavanje, odnosno polaganje kvalifikacija i certifikata u Republici Hrvatskoj te urede prijave i plaće stranih radnika, to jest, suzbije rad na crno.

U ožujku ove godine su na konferenciji 'Tržište rada' u Hrvatskoj udruzi poslodavaca (HUP) stručnjaci poručili da se kronični nedostatak radnika za mnoge sektore treba rješavati jačim dijalogom socijalnih partnera.

Građevinski sektor je jedan od sektora koji su znatno pogođeni ovim problemom. Mnogi domaći radnici otišli su u druge europske zemlje u potrazi za boljim uvjetima i većom plaćom, a to je stvorilo veliku prazninu na domaćem tržištu.

„Trenutačno je u graditeljstvu u Hrvatskoj, od ukupnog broja radnika, jedna trećina ili oko 50.000 stranih, od kojih je jako puno iz Azije i nekvalificirani su. O tome treba više voditi računa, kao i o zaštiti na radu te njihovom obrazovanju, ali i ne zaboraviti domaću radnu snagu te nju poticati na rad“, kazala je Jasenka Vukšić, predsjednica Sindikata graditeljstva Hrvatske (SGH), na HUP-ovoj konferenciji.

U tom sindikatu nisu protiv uvoza radnika, ali smatraju da to treba biti u kvotama i sektorski, a ne neograničeno. Također, smatraju da se svi socijalni partneri, a posebice država, trebaju oko toga više potruditi.

Prema podacima Ministarstva unutarnjih poslova (MUP), u razdoblju od 01. siječnja do 31. svibnja 2025. godine ukupno su izdane 83.252 dozvole za boravak i rad. Najviše ih je bilo u turizmu i ugostiteljstvu, čak 27.841.

Na drugim mjestu je graditeljstvo s 25.000, a zatim industrija s 10.632, promet i veze sa 6.124 dozvole i trgovina s 4.279 dozvola.

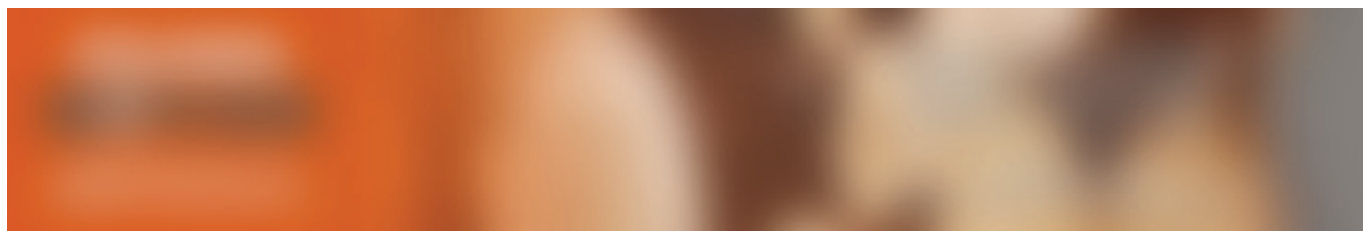
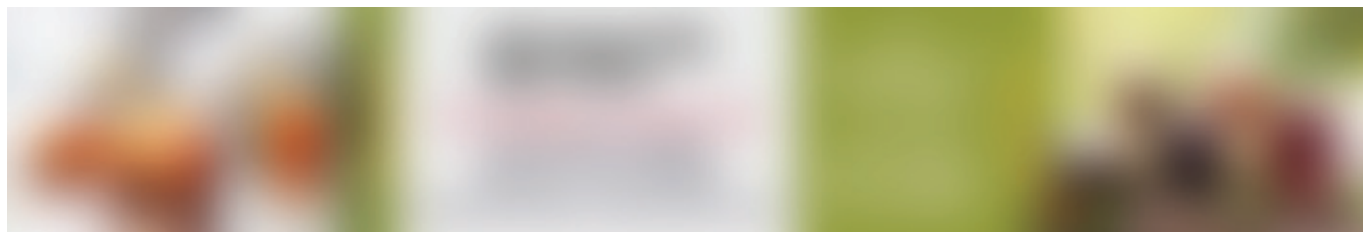
Najveći broj dozvola za boravak i rad izdan je državljanima Nepal, 17.166. Nakon njih su državljani Bosne i Hercegovine s 15.029, a na trećem mjestu su državljani Srbije s 11.337 dozvola.

„Od ukupnog broja izdanih dozvola za novo zapošljavanje izdane su 48.904 dozvole, 26.894 dozvole su produljene, a 7.454 su izdane za sezonske radnike, od toga najviše u djelatnosti turizma i ugostiteljstva, 6.676“, piše u objavi MUP-a.

Najnoviji podaci Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ) pokazuju da je trenutačno u Hrvatskoj 70.074 nezaposlenih, a objavljeni broj slobodnih radnih mjesta je 19.043. Međutim, to ne znači da su ovi radnici kvalificirani za sektore u kojima nema dovoljno radne snage.

U svibnju 2025. broj ukupno zaposlenih u Republici Hrvatskoj iznosio je 1.731.610, što je na mjesečnoj razini više za 1,7 posto, a na godišnjoj razini za jedan posto, prema Državnom zavodu za statistiku (DZS). Broj nezaposlenih je u istom mjesecu pao za 10,1 posto, a stopa registrirane nezaposlenosti iznosila je 4,1 posto. Najviše zaposlenih u pravnim osobama u svibnju, prema privremenim podacima, zabilježeno je u prerađivačkoj industriji, njih 229.717, a najmanje u rudarstvu i vađenju 3.824. Iako broj zaposlenih raste, i dalje nema dovoljno radnika u određenim sektorima, među kojima je, kako smo prethodno spomenuli, i građevinarstvo pa se zato provode razne mjere kako bi se situacija poboljšala.

„U razdoblju od 2016. do 2024. godine, provodile su se mjere dodjeljiva-





nja potpora za poticanje zapošljavanja i samozapošljavanje nezaposlenih, potpora za usavršavanje, potpora za pripravništvo, financiranja obrazovanja nezaposlenih osoba za potrebe tržišta rada, stručnog osposobljavanja za rad bez zasnivanja radnog odnosa, su/financiranja zapošljavanja u programima javnih radova te očuvanja radnih mjesta, a sve u skladu s općim ciljem povećanja stope zaposlenosti", navedeno je na internetskoj stranici HZZ-a.

U spomenutom razdoblju dodijeljeno je 1,39 milijardi eura potpora za 314.560 korisnika, a od toga je udio za zapošljavanje iznosio 16,1 posto, dok je udio za osposobljavanje za stjecanje odgovarajućeg radnog iskustva iznosio 0,1 posto. Moguće je da su ova sredstva utjecala na rast broja zaposlenih.

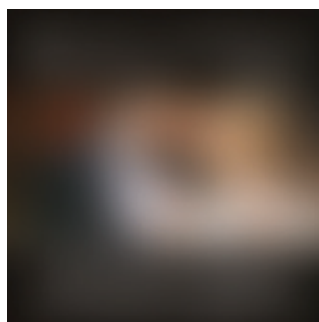
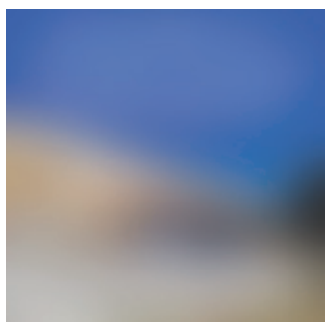
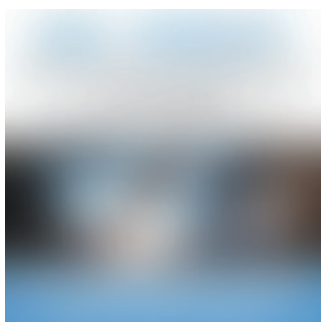
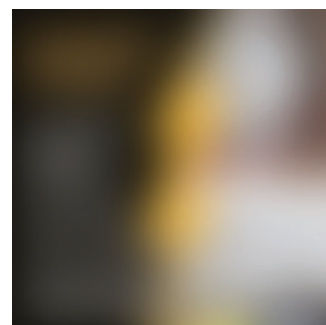
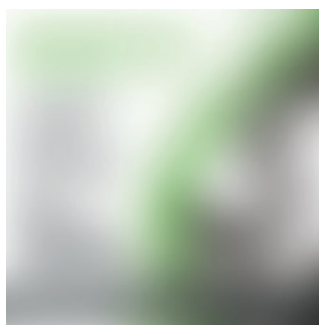
Statistički podaci HZZ-a za svibanj ove godine pokazuju da su najtraženija zanimanja bila pomoćni kuhar ili kuharica, a prosječna bruto plaća u tim zanimanjima je 1.084,78 eura. Zatim su pomoćni konobari, čistačice i konobari. Među najtraženijim zanimanjima bili su i radnici visokogradnje te niskogradnje, zidari, tesari, bravari, zavarivači, armirači, betonirci - uglavnom građevinski radnici.

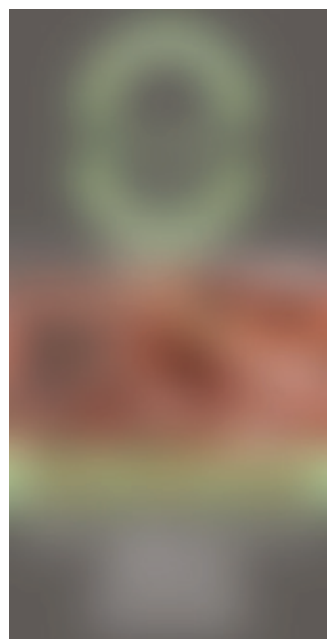
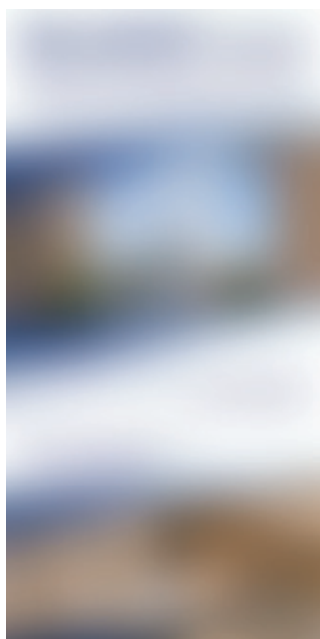
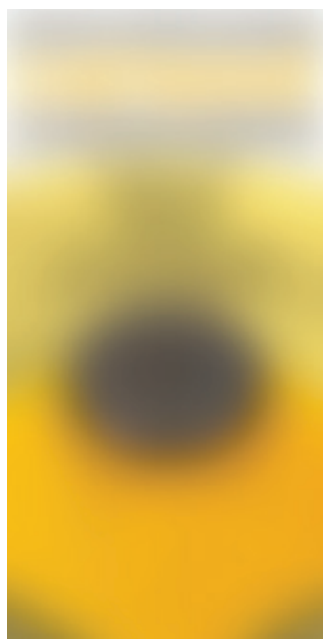
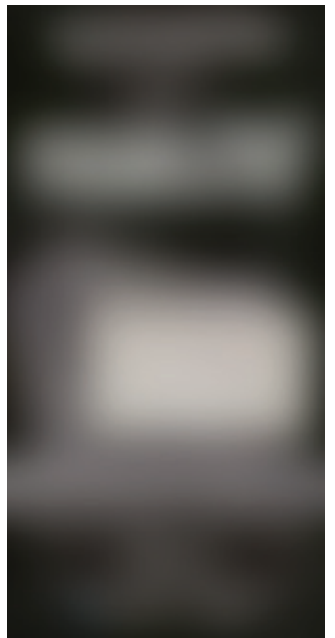
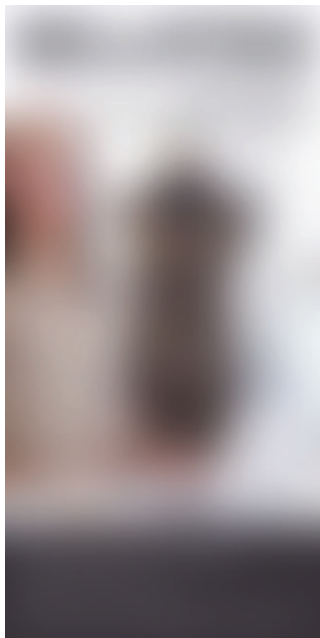
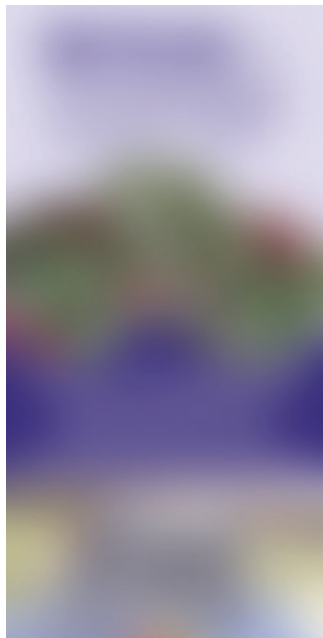
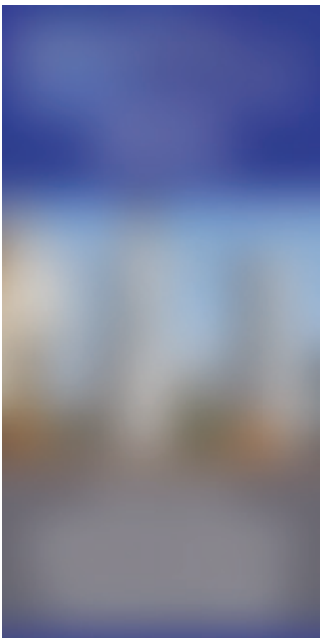
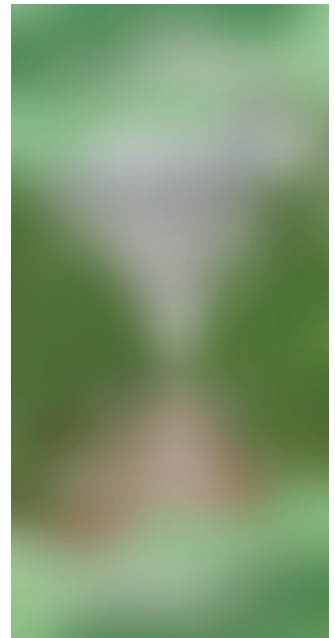
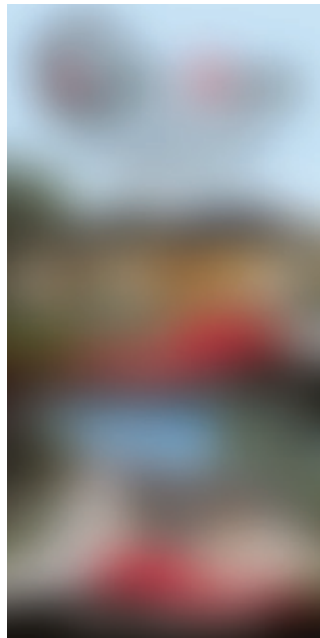
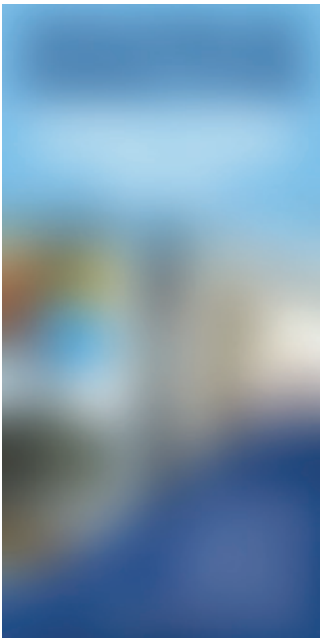
Što jasno pokazuje kolika je potreba i potražnja za takvim radnicima.

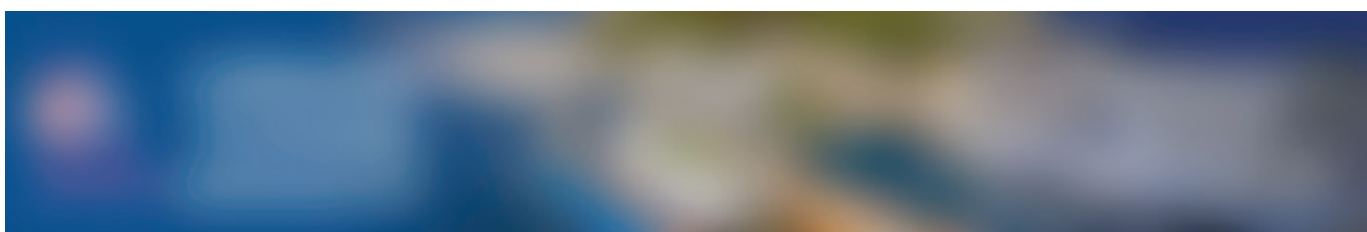
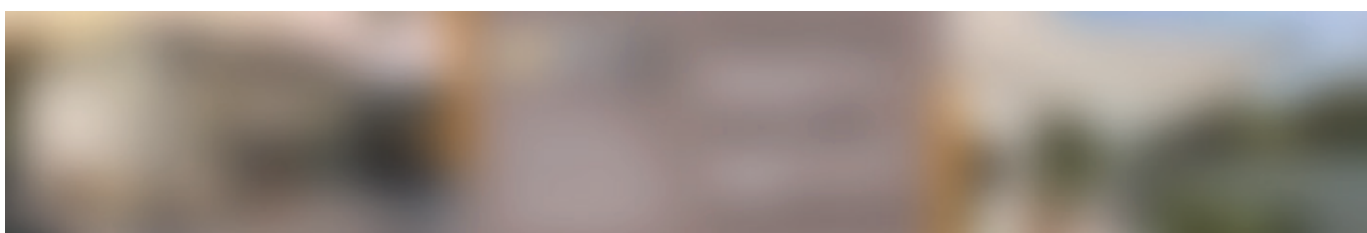
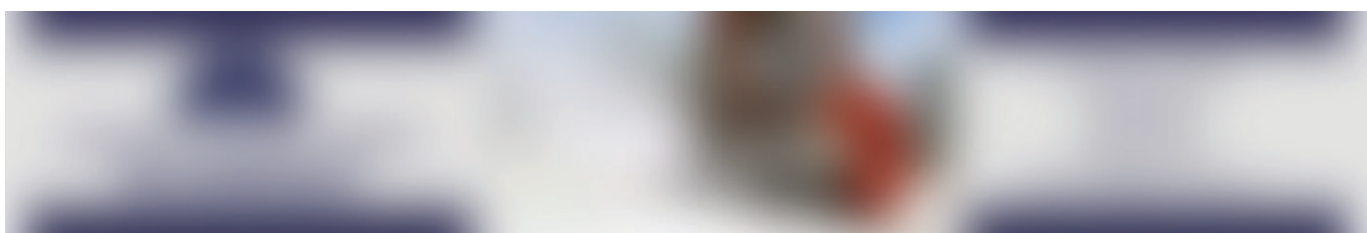
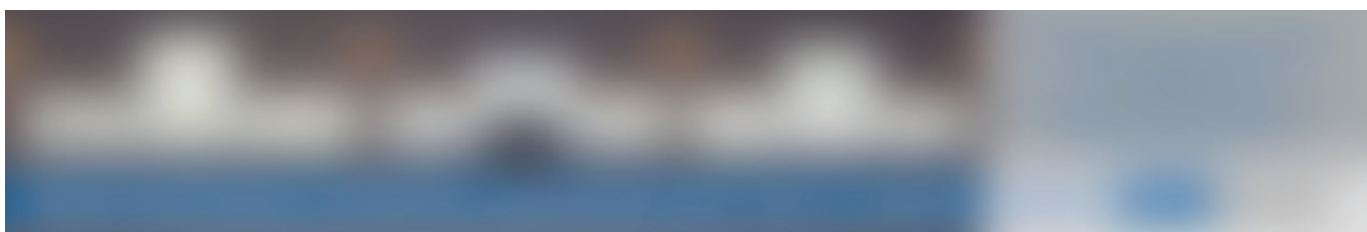
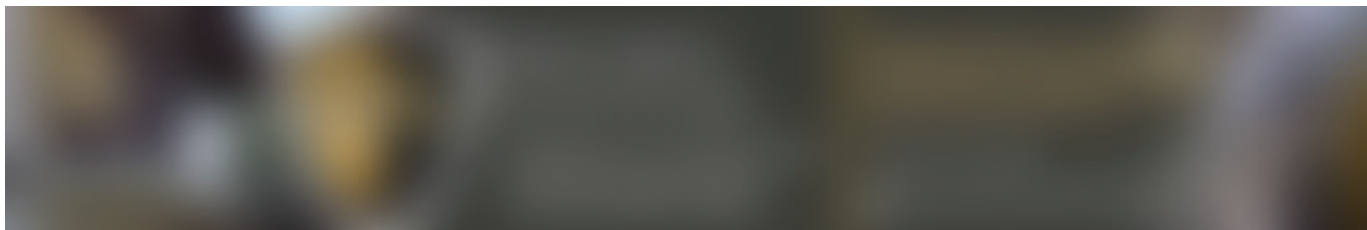
Iz Sindikata graditeljstva Hrvatske lani su rekli da su ovim radnicima, osim plaća, bitni i uvjeti rada. Prema tome, žele imati vrijeme za privatni život i sigurnost na radnom mjestu, a obično očekuju da će to dobiti u drugim državama.

Hrvatska bi zbog toga trebala ulagati više u zadržavanje domaće radne snage, uz ulaganje u obrazovanje i strane radnike.

Vladana Kovačević









TURIZAM I UGOSTITELJSTVO

Turizam i odgovornost

Održivi turizam u Hrvatskoj: Prilika za balans između razvoja i očuvanja prirode

Kako mogu mladi poduzetnici i inovativne platforme promijeniti lice hrvatske turističke industrije

Prema najnovijim podacima Hrvatske turističke zajednice, u razdoblju od siječnja do srpnja 2025. godine Hrvatsku je posjetilo 10,35 milijuna stranih turista, što predstavlja rast od 1 posto u odnosu na isto razdoblje prethodne godine. Ukupno je ostvareno 58,71 milijuna noćenja, što potvrđuje da Hrvatska ostaje jedna od najpopularnijih europskih destinacija. No istovremeno se postavlja ključno pitanje: mogu li ovakve brojke biti održive u dugoročnoj perspektivi, te kako balansirati gospodarski rast s očuvanjem prirodnih i kulturnih bogatstava zemlje? Samo u srpnju 2025. Hrvatska je zabilježila 4,17 milijuna dolazaka stranih turista i ukupno 29,22 milijuna noćenja, što pokazuje ogromnu koncentraciju

turističkih tokova u ljetnim mjesecima.

Odgovor na ova pitanja sve češće traže mladi poduzetnici poput Ines Kovačić, osnivačice platforme Green Stay Croatia, koja predstavlja inovativno rješenje za povezivanje malih ekoloških iznajmljivača s turistima koji traže autentična i odgovorna putovanja. Njena inicijativa je nedavno prepoznata od strane PMI-ja kroz program "Pokreni nešto svoje 2025", što potvrđuje rastući interes za održive turističke inicijative u Hrvatskoj.

Analiza podataka za prvih sedam mjeseci 2025. godine pokazuje značajnu koncentraciju turističkih tokova u određenim regijama. Istra prednjači s 16,57 milijuna noćenja (28,2 posto ukupnog prometa), slijedi Splitsko-dalmatinska županija s 10,98



milijuna noćenja (18,7 posto), dok Kvarner ostvaruje 9,72 milijuna noćenja (16,6 posto). Ove tri regije zajedno čine više od 63 posto ukupnog turističkog prometa, što ukazuje na neravnomjernu distribuciju turista kroz Hrvatsku.

Posebno zabrinjavajuće je koncentracija u pojedinim destinacijama. Rovinj je u prvih sedam mjeseci ostvario 2,43 milijuna noćenja, Dubrovnik 2,40 milijuna, a Poreč 1,97 milijuna no-



Dubrovnik je prvih sedam mjeseci godine ostvario 2,40 milijuna noćenja

ćenja. Ovakva koncentracija stvara enorman pritisak na lokalnu infrastrukturu, javne servise i okoliš, što može ugroziti dugoročnu održivost turizma u tim destinacijama.

Podaci za srpanj 2025. jasno ilustriraju problem sezonalnosti koji opterećuje hrvatsku turističku industriju. Tijekom jednog mjeseca ostvareno je gotovo 50 posto prometa koji se inače ostvaruje tijekom sedam mjeseci glavne turističke sezone. Gradovi poput Dubrovnika već su uveli posebne regulative prometa kako bi kontrolirali broj posjetitelja, dok se u svijetu sve češće govori o mjerama poput onih u Veneciji koja naplaćuje ulazak u povijesnu jezgru. Ovi primjeri pokazuju da je kontrola broja posjetitelja u zaštićenim područjima postala logična i nužna mjera.

Analiza strukture smještajnih kapaciteta pokazuje zanimljive trendove koji mogu podržati održivi turizam. U prva sedam mjeseci 2025., obiteljski smještaj ostvario je 41 posto ukupnog komercijalnog prometa (20,97 milijuna noćenja), hoteli 28 posto (14,41

milijuna noćenja), a kampovi 22 posto (11,37 milijuna noćenja).

Dominacija obiteljskog smještaja predstavlja priliku za jačanje održivog turizma jer ovakvi objekti često imaju dublje veze s lokalnim zajednicama i mogu lakše implementirati ekološke prakse. Istovremeno, značajan je udio nekomercijalnog smještaja (9,5 posto ukupnih noćenja), što uključuje druge oblike smještaja koji mogu biti manje opterećujući za okoliš.

Održivi turizam nije samo trendu svjestan pristup putovanjima, već predstavlja dugoročnu strategiju koja može osigurati prosperitet turističke industrije bez narušavanja prirodnih i društvenih temelja na kojima počiva. Ovaj pristup uključuje nekoliko ključnih elemenata: odgovorno korištenje prirodnih resursa, poštovanje lokalnih kultura i tradicija, osiguravanje ekonomskih koristi za lokalne zajednice te minimiziranje negativnih utjecaja na okoliš.

Posebno je važna uloga malih obiteljskih iznajmljivača koji kroz svoju

povezanost s lokalnom zajednicom mogu promicati tradiciju i poticati lokalnu ekonomiju. Ovi subjekti često imaju dublje razumijevanje lokalne kulture i prirodnih posebitosti, što im omogućuje pružanje autentičnih iskustava turistima koji traže nešto više od standardiziranih turističkih paketa.

Digitalne platforme poput Green Stay Croatia predstavljaju most između ponude i potražnje za održivim turizmom. Kroz pažljivo biranje smještaja koji primjenjuju ekološke prakse, ovakve platforme podižu svijest o važnosti odgovornog turizma i omogućavaju putnicima da donose svjesne izbore o svojim putovanjima.

Tehnološka rješenja mogu značajno pridonijeti održivosti kroz pametno upravljanje destinacijama, optimizaciju prometnih tokova, smanjenje potrošnje resursa i poboljšanje komunikacije između različitih sudionika turističke industrije. Primjena inovativnih tehnologija omogućava efikasniju distribuciju turista kroz prostor i vrijeme, što može smanjiti pritisak na najpopularnije lokacije.

Jedan od ključnih aspekata razvoja održivog turizma jest podizanje svijesti kako među domaćinima tako i među gostima. Turisti koji razumiju utjecaj svojih izbora na lokalne zajednice i okoliš češće biraju odgovorne opcije smještaja i aktivnosti. S druge strane, domaćini koji su educirani o održivim praksama mogu implementirati mjere koje smanjuju njihov ekološki otisak.

Održivi turizam zahtijeva transparentnost i odgovoran pristup u komunikaciji. Važno je izbjeći "greenwashing" – površno predstavljanje kao ekološki odgovoran bez stvarnih promjena u poslovanju. Umjesto toga, potrebno je razvijati stvarne sustave koji potiču i nagrađuju genuine ekološke prakse.

Unatoč rastućem interesu za održivim turizmom, implementacija ovakvih pristupa suočava se s brojnim izazovima. Ekonomski pritisci često

gura subjekte prema kratkoročnim rješenjima koja maksimiziraju prihode bez obzira na dugoročne posljedice. Nedostatak jasnih standarda i certifikacijskih sustava može otežati prepoznavanje istinski održivih opcija.

Dodatno, koordinacija između različitih sudionika – od privatnih iznajmljivača preko lokalnih vlasti do nacionalnih institucija – zahtijeva značajne napore i vrijeme. Potrebno je razviti sustav poticaja koji će ohrabriti implementaciju održivih praksi, a istovremeno osigurati da se održi konkurentnost hrvatske turističke ponude.

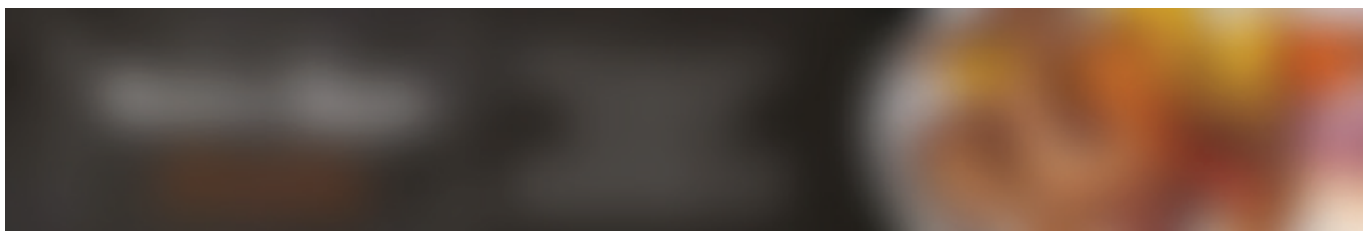
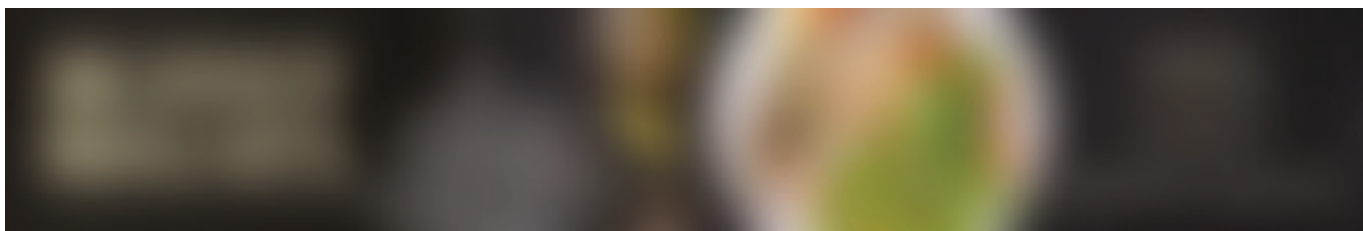
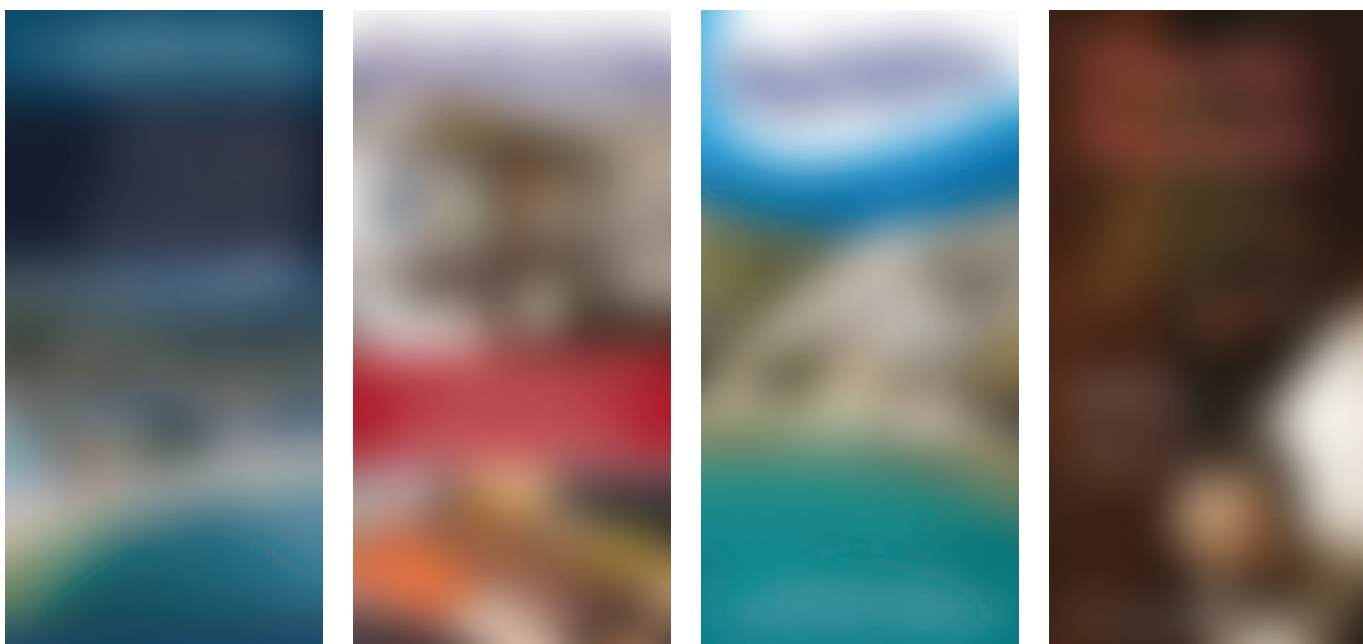
Hrvatska ima jedinstvenu priliku postati lider u području održivog turizma u Europi. Bogata prirodna baština, očuvane tradicionalne kulture i rastući broj svjesnih poduzetnika čine čvrstu osnovu za takav razvoj. Ključ uspjeha leži u koordiniranim napori-

ma svih sudionika i dugoročnom planiranju koje će balansirati gospodarske potrebe s očuvanjem onog što Hrvatsku čini posebnom.

Inicijative poput Green Stay Croatia pokazuju da postoji prostor za inovacije i da mladi ljudi prepoznaju važnost odgovornog pristupa turizmu. Kroz podršku ovakvim projektima i kontinuiranu edukaciju svih sudionika, Hrvatska može razviti model turizma koji će služiti kao primjer drugim destinacijama.

Održivi turizam nije samo o smanjenju negativnih utjecaja – to je prilika za stvaranje pozitivnog utjecaja na lokalne zajednice, gospodarstvo i okoliš. Kroz pametno upravljanje, inovacije i suradnju, turistička industrija može postati pokretač održivog razvoja koji donosi korist svima.

Raif Okić





Prije se putovanje planiralo mjesecima Dolaskom umjetne inteligencije digitalizacija turizma zakoračila je u novu fazu

Turizam je i dalje jedan od ključnih stupova hrvatskog gospodarstva, posebno tijekom ljetne sezone. Putovanje i turizam već su godinama dio digitalnog svijeta, od online platformi za rezervaciju smještaja i kupnju avionskih karata, do mobilnih aplikacija koje savjetuju što vidjeti, gdje jesti i kako se kretati. No, dolaskom umjetne inteligencije, digitalizacija turizma zakoračila je u novu fazu, onu u kojoj tehnologija ne samo da olakšava, već i oblikuje samo iskustvo putovanja.

Posebno je zanimljiv rastući trend održivog digitalnog turizma, gdje se AI koristi kao alat za smanjenje negativnog utjecaja na okoliš. Umjetna inteligencija danas optimizira avionske rute i smanjuje stvaranje kondenzacijskih tragova, koji čine čak 35 posto zagrijavanja uzrokovanog zrakoplovnim prometom. U hotelima pametne kuhinjske kante pomažu kuharima prilagoditi porcije i smanjiti bacanje hrane. Zračne luke sve više uvode AI sustave za prediktivno održavanje zrakoplova, čime se smanjuju kašnjenja i potreba za hitnim logističkim intervencijama. Turisti, vođeni pametnim AI alatima, sve lakše pronalaze istinski ekološki prihvatljive opcije smještaja i aktivnosti, čime se smanjuje rizik od 'greenwashinga'.

Osim umjetne inteligencije, snažan zamah digitalizaciji turizma daju i mobilne super-aplikacije te tzv. 'destination platforms', sveobuhvatna digitalna rješenja koja turistima nude cijeli paket na dlanu.

Primjer takve platforme je Visit Greece APP, službena aplikacija grčkog ministarstva turizma, koja osim

klasičnih turističkih informacija nudi personalizirane itinerare, GPS navigaciju do atrakcija, digitalne COVID potvrde (u vrijeme pandemije) i mogućnost komunikacije s lokalnim turističkim uredima.

Prije se putovanje planiralo mjesecima, a viza za određene zemlje čekala se tjednima. Danas nema šaltera, te u svega nekoliko klikova na mobitelu ili laptopu moguće je rezervirati let, smještaj, nabaviti putno osiguranje, pa čak i digitalnu vizu.

Pametni turizam označava digitalnu transformaciju načina na koji destinacije i usluge funkcioniraju, koriste-

ći najnovije tehnologije za stvaranje boljeg iskustva za turiste. Putem Interneta stvari (IoT), različiti senzori prate gužve, promet i potrošnju resursa, omogućujući upraviteljima destinacija da u realnom vremenu prilagode ponudu i spriječe preopterećenost popularnih mjesta.

Dok digitalna rješenja poput NFC tehnologije u muzejima omogućuju posjetiteljima da s mobitela pristupe detaljnim informacijama o eksponatima na svom jeziku, dok proširena stvarnost (AR) dodaje novu dimenziju, kroz virtualne vodiče i animacije koje oživljavaju povijest i kulturu na



Explore Croatia nova je platforma Hrvatske turističke zajednice

FOTO: HTZ



interaktivan način. Veliki podaci (Big Data) prikupljeni kroz digitalne kanale pomažu turističkim centrima da bolje razumiju navike i potrebe posjetitelja te da personaliziraju ponudu i komunikaciju. Sve ove tehnologije zajedno omogućuju da turizam postane pametniji, učinkovitiji i održiviji, što je ključni dio suvremene digitalizacije turističkog sektora.

To su samo neki od primjera digitalizacije i primjene umjetne inteligencije u turizmu, a ni Hrvatska ne kaska za zemljama svijeta.

Ministarstvo turizma aktivno radi na uvođenju naprednih digitalnih alata koji će pomoći u praćenju turističkih trendova, upravljanju destinacijama i učinkovitijoj komunikaciji s posjetiteljima. Također, planira se modernizacija prometnih čvorišta kako bi putovanje kroz zemlju bilo brže i ugodnije, a granične procedure jednostavnije.

Na nedavnom New York Travel Showu Hrvatska je, zajedno s Crnom Gorom, službeno započela suradnju na zajedničkom projektu digitalizacije ključnih turističkih procesa. Projekt uključuje digitalnu prijavu turista, sustave za plaćanje te modernizaciju kategorizacije i standardizacije turističkih usluga. Ova inicijativa važan je korak ka digitalnoj transformaciji turizma u regiji, a cilj je pojednostaviti administrativne procedure te pružiti gostima suvremeno i integrirano iskustvo.

Hrvatska je u posljednjih nekoliko godina sve aktivnije prisutna u digitalnom prostoru kroz različite kampanje koje su usmjerene na modernizaciju turističke ponude i približavanje putnicima diljem svijeta. Kao što platforma

Visit Greece objedinuje sve usluge i informacije na jednom mjestu, Hrvatska također razvija vlastite digitalne kanale i kampanje koje su usmjerene na interaktivno i personalizirano turističko iskustvo.

Jedna od važnijih kampanja je 'Croatia, Full of Life', koja u digitalnom obliku koristi širok spektar multimedijalnih sadržaja, od virtualnih tura, interaktivnih karata do video materijala koji predstavljaju prirodne ljepote, kulturne atrakcije i lokalni život. Kampanja aktivno koristi društvene mreže, influencer marketing i online platforme za komunikaciju s potencijalnim turistima, stvarajući sadržaje prilagođene različitim interesima i preferencijama.

Također, Hrvatska je kroz službenu turističku platformu Croatia.hr omogućila digitalni vodič koji kombinira rezervacije, preporuke, korisne informacije o događanjima i lokalnim ponudama, što je slično konceptu super-aplikacija poput Visit Greece.

Digitalizacija i umjetna inteligencija tek su na početku svoje revolucije u turizmu. Iako su već sada vidljivi značajni pomaci u načinu planiranja, rezervacija i samog iskustva putovanja, pravi potencijal ovih tehnologija tek slijedi.

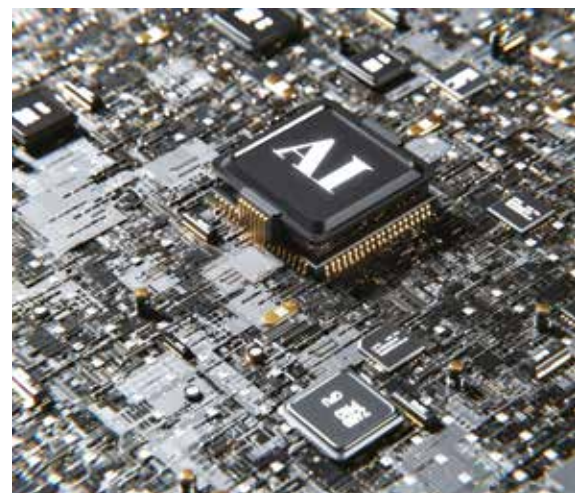
Analiza gospodarskih pokazatelja (BDP, inflacija, zaposlenost, strani radnici)

Prva polovica 2025. godine donijela je niz gospodarskih izazova diljem svijeta. Globalna ekonomija suočava se s usporavanjem rasta, rastućom inflacijom i poremećajima na tržištima rada koji dodatno kompliciraju opora-

vak nakon pandemije. Uz to, politički potresi i promjene na važnim međunarodnim scenama, poput povratka Donalda Trumpa na vlast u SAD-u, dodatno utječu na gospodarsku klimu.

Jedna od ključnih tema je njegova stroga politika prema migrantima. Trumpova administracija nastavlja s pooštavanjem imigracijskih zakona, ograničavanjem broja ulazaka stranih radnika i povećanim nadzorom na granicama. Ove mjere utječu na globalne tokove radne snage, s mogućim posljedicama na zemlje koje ovise o slanju i primanju migranata, uključujući i Hrvatsku.

S druge strane, Trumpova politika usmjerena je i na zaštitu domaće proizvodnje kroz povećanje carina i poreza na uvoz određene robe, osobito iz Kine i drugih zemalja s kojima je postojao trgovinski sukob. Ovi protekcionistički koraci dodatno komplikuju globalne lance opskrbe i mogu povećati troškove proizvoda širom svijeta, što se odražava i na inflaciju. Koliko god



se Amerika činila daleko od Hrvatske, mnoge promjene i utjecaji nove američke politike osjetit će se i ovdje.

U takvom složenom globalnom okruženju, hrvatsko gospodarstvo u prvoj polovici 2025. uspjelo je održati umjereni rast BDP-a od oko 2 do 3 posto. Taj rezultat je u skladu s trendovima zemalja srednje i istočne Europe, poput Poljske, Češke i Mađarske, koje također balansiraju između globalnih izazova i domaćih prilika. Turizam je i dalje jedan od ključnih stupova hrvatskog gospodarstva, posebno tijekom turističke sezone, značajno doprinosi ovom rastu.

Hrvatsko gospodarstvo je među prvih sedam najbrže rastućih u prvom kvartalu 2025. godine – rekao je Andrej Plenković u lipnju te istaknuo da pokazatelji BDP-a za prvi kvartal pokazuju snagu hrvatskog gospodarstva i nastavak rasta BDP-a u skladu s vladinim očekivanjima. Istovremeno, je rekao da vlada promatra trendove s inflacijom, koja je prema njegovim riječima 'blago porasla u svibnju, no i dalje je već mjeseci ispod četiri posto na godišnjoj razini'.

Nakon pandemijske krize i energetskog šoka izazvanog ratom u Ukrajini, svijet je ušao u razdoblje visoke inflacije. Hrvatska, kao mala i uvozno orijentirana ekonomija, nije bila izuzetak. Val poskupljenja zahvatio je sve, od goriva i struje do kruha i mlijeka. Tijekom 2022. i 2023. inflacija se kretala između 8 i 11 posto, da bi se u prvoj polovici 2025. godine stabilizirala u rasponu od 4 do 6 posto. Iako brojke djeluju optimistično, osjećaj u novčaniku mnogih građana nije se znatno promijenio.

No zato je tu, sezona. Ljetni mjeseci, tradicionalni motor hrvatskog gospodarstva, i ove se godine nameću kao ključan oslonac u razdoblju visokih cijena i sporog oporavka životnog standarda. Dok inflacija i dalje smanjuje kupovnu moć građana, turistički sektor ostaje jedna od rijetkih točaka optimizma. Prema analizama Hrvatske turističke zajednice i sektorskih udruženja, ove godine očekuje se 5 do 7 posto veći prihod od turizma u odnosu na sezonu 2024., koja je već bila rekordna u broju noćenja i ukupnoj potrošnji.

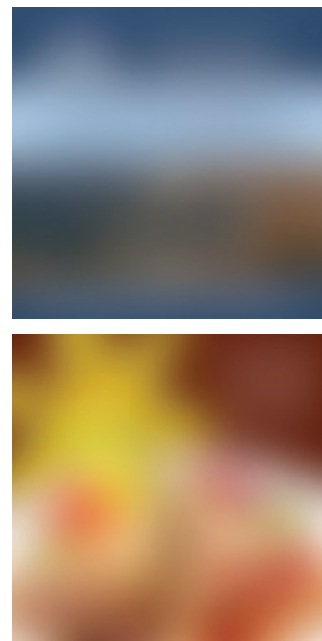
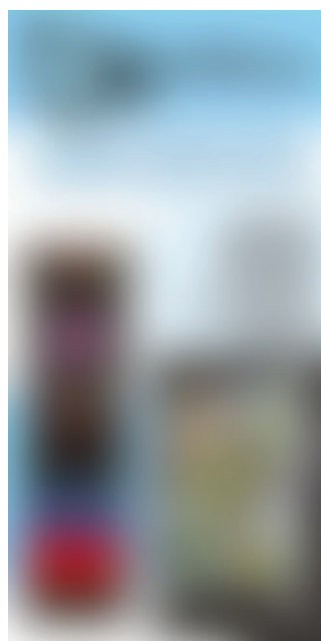
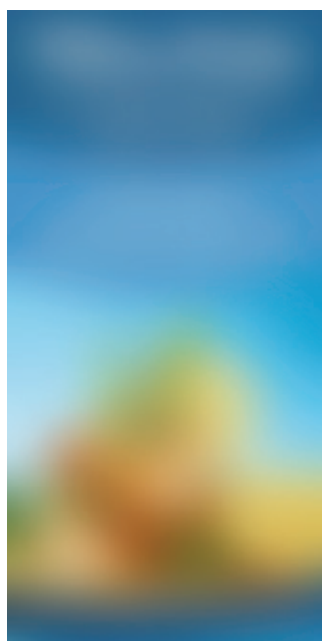
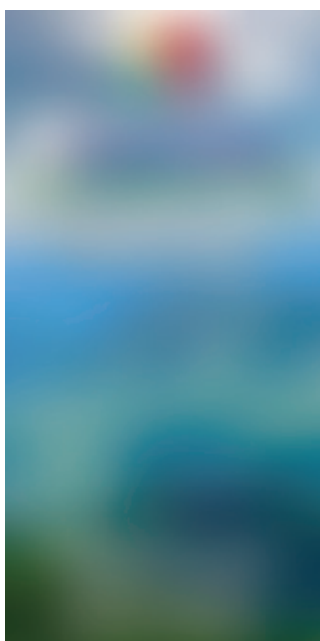
Turizam u Hrvatskoj izravno utječe i na tržište rada. Tijekom ljeta, nezaposlenost tradicionalno pada, a broj zaposlenih raste za 3 do 5 posto u odnosu na proljetne mjesec. Prema podacima HZZ-a, u srpnju i kolovozu 2024. bilo je zaposleno više od 40.000 sezonskih radnika, a očekuje se da će taj broj u 2025. dodatno porasti. Podaci za razdoblje od siječnja do svibnja 2025. godine pokazuju da se hrvatsko tržište rada nalazi na prekretnici. S jedne strane, ukupno je zaposleno 53.242 novih radnika, a objavljeno je impresivnih 107.840 slobodnih radnih mjesta, što govori o povećanoj potražnji za radnom snagom. S druge strane, broj nezaposlenih i dalje ostaje visok, 73.231 osoba je bez posla, a 17.509 njih prima novčanu naknadu za nezaposlene.

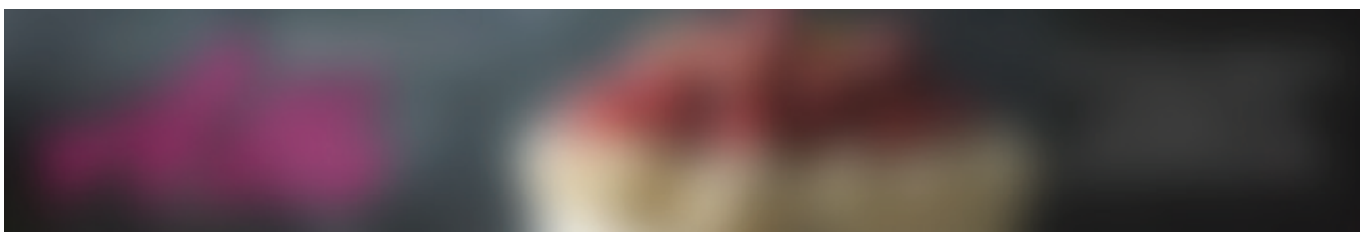
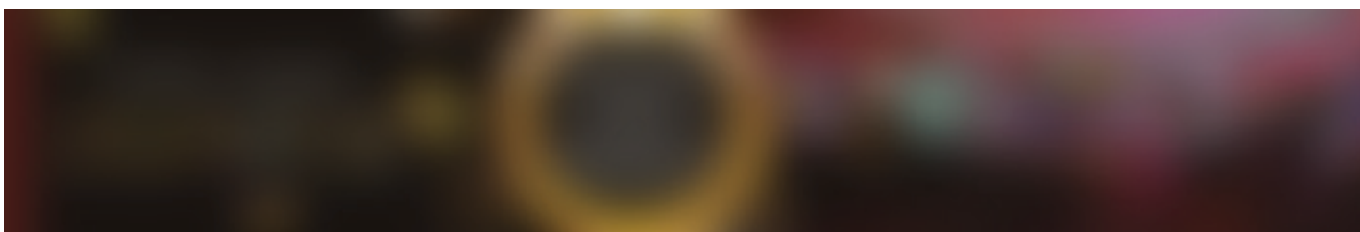
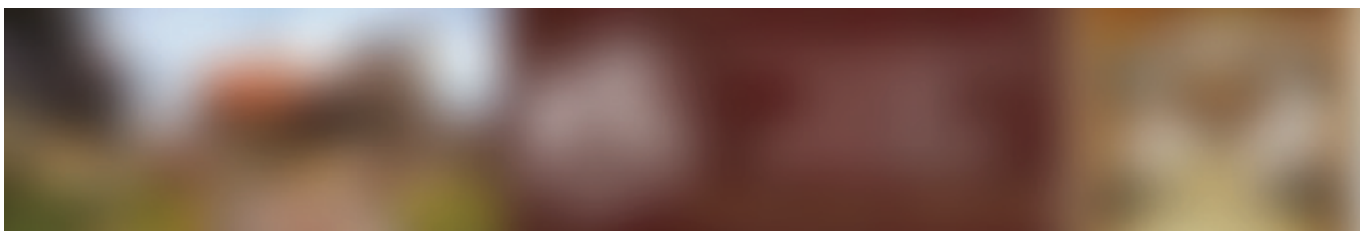
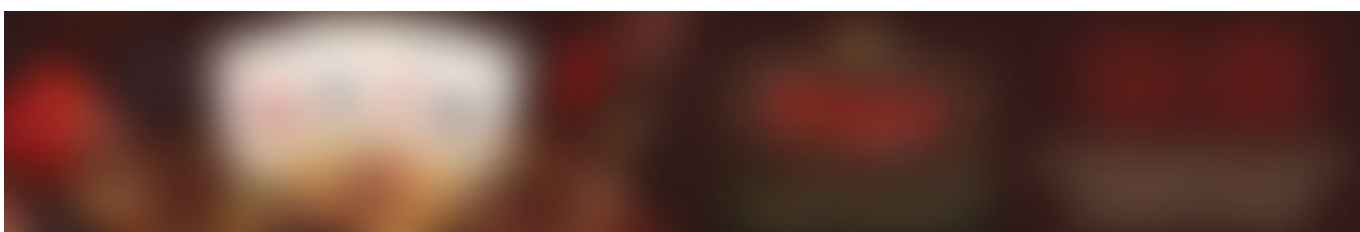
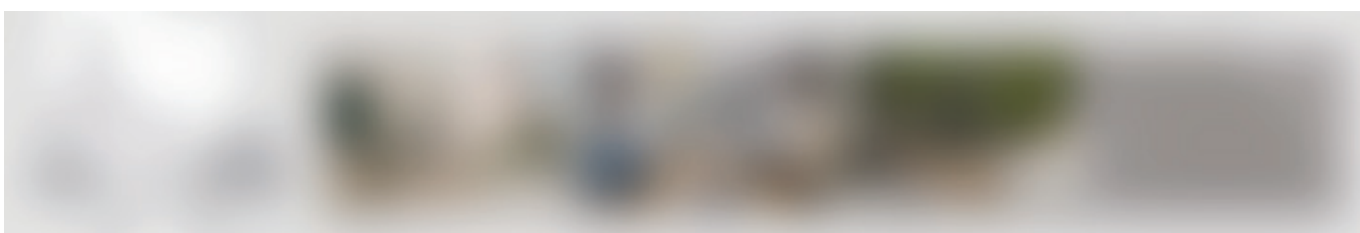
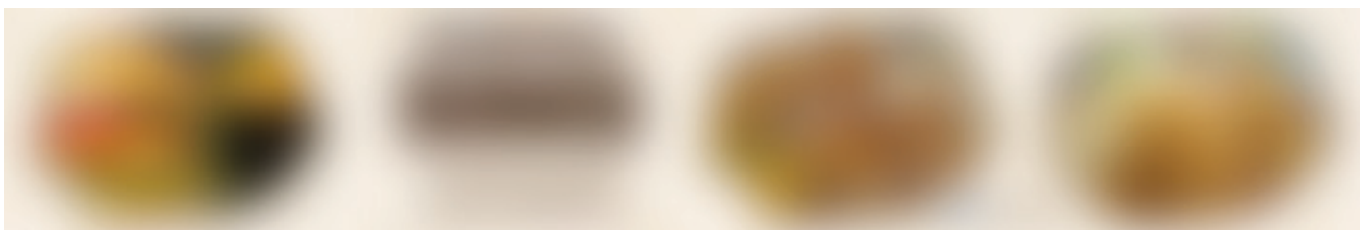
Osim toga, kronični manjak radne snage, zbog demografskih trendova i iseljavanja, postaje sve ozbiljniji problem. Sezanci iz Nepala, Filipina i Indije postaju uobičajen prizor na jadranskoj obali, ali to sa sobom nosi i

izazove u integraciji i kvaliteti usluge. Prema najnovijim podacima Ministarstva unutarnjih poslova Republike Hrvatske, u razdoblju od 1. siječnja do 31. svibnja 2025. godine izdano je ukupno 83.252 dozvola za boravak i rad stranih državljana. Najviše dozvola dodijeljeno je u sektorima koji su ključni za hrvatsko gospodarstvo, posebice u turizmu i ugostiteljstvu, gdje je izdano 27.841 dozvola. Slijedi graditeljstvo s 25.000 dozvola te industrija s 10.632. Također, značajan broj dozvola dobili su radnici u prometu i vezama, njih 6.124, te u trgovini s 4.279 dozvola. Od ukupnog broja izdanih dozvola, njih 48.904 odnosile su se na novo zapošljavanje, dok je 26.894 dozvola izdano za produljenje postojećih radnih dozvola. Sezonskim radnicima pripalo je 7.454 dozvola, od čega je gotovo 90 posto izdano u sektoru turizma i ugostiteljstva. Kada je riječ o zemljama porijekla, najviše radnika dolazi iz Nepala, za koji je izdano 17.166 dozvola, te Bosne i Hercegovine s 15.029 dozvola. Slijede Srbija s 11.337, Filipini s 8.242 i Indija s 8.000 dozvola. Među ostalim zemljama značajan broj radnika dolazi iz Sjeverne Makedonije, Egipta, Kosova, Uzbekistana i Bangladeša. Ovi podaci jasno pokazuju koliko su strani radnici važni za hrvatsko gospodarstvo, osobito u sektorima gdje domaća radna snaga nije dostatna.

Hrvatsko gospodarstvo, iako stabilno u prvoj polovici 2025. i dalje se suočava s nizom strukturalnih izazova koji bi mogli dugoročno usporiti razvoj.

Emilija Franić





Intervju Direktor Turističke zajednice Dubrovnik nam otkriva planove razvoja grada



FOTO: TZ GRADA DUBROVNIKA

Direktor grada Dubrovnik Miroslav Drašković

U Dubrovniku, prošlogodišnjem šampionu hrvatskog turizma po broju ostvarenih noćenja, sezona je u punom jeku, a o prvim brojkama razgovarali smo s direktorom turističke zajednice.

Miroslav Drašković diplomirao je ekonomiju na Fakultetu za turizam u Dubrovniku. S bogatim iskustvom u turističkom sektoru, karijeru je započeo u hotelu, gdje je razvio izvrsne vještine u radu s gostima. Govori četiri jezika (engleski, francuski, talijanski i češki), a radio je kao turistički agent i voditelj odjela za srednjoeuropsko tržište u nekoliko agencija. Više od deset godina bio je komercijalni direktor agencije Elite Travel, a danas je direktor Turističke zajednice grada Dubrovnik, gdje surađuje s lokalnim dionicima i poslovnim subjektima te aktivno promiče održivi turizam i razvoj destinacije.

Kakve su brojke u prvih pet mjeseci ove godine u usporedbi s prošlom godinom?

Do kraja svibnja grad Dubrovnik je ostvario jednak rezultat kao 2024. godine. Dolasci su za nešto preko 5 posto manji, a noćenja za nešto malo veća nego 2024. što kazuje da se prosječni boravak turista u Gradu produljio. Produljenje boravka turista je jedan od naših zacrtanih ciljeva, pa nam je drago da se ove godine vidi pomak u tome smjeru

Kakva su očekivanja od sezone, kao i cijele godine?

Prema svim informacijama koje imamo sezona protiče redovno i ne očekujemo znatna odstupanja u usporedbi s 2024. godinom. Ovo su procjene na osnovu informacija koje dobivamo prvenstveno od smještajnih kapaciteta i podložne su promjenama, kako sezona bude napredovala. Jedini precizni podaci kojima TZ raspolaže su statistike, koje nažalost ne pokazuju situaciju u budućnosti nego samo analizu stanja kad je određeni period u godini već prošao. Sezona u Dubrovniku se u zadnje dvije godine stabilizirala i na svim dionicima je sada da održe razinu kakva je postignuta s dodatnim povećanjima u pred i posezoni, koje su periodi kada TZGD usmjerava većinu svojih promotivnih aktivnosti, a i periodi u kojima zajedno s ostalim dionicima potičemo i avio prijevoznike na povećanu frekvenciju letova prema Dubrovniku.

Koji su najveći izazovi za Vašu turističku zajednicu?

Najveći izazovi ostaju rast u mjesecima izvan glavne turističke sezone, koja je u Dubrovniku u periodu od 01. lipnja do 30. rujna. Osim toga, želimo postići i jači rast tijekom zimskih mjeseci, jer smatramo da Dubrovnik ima uvjete za razvoj sezone u tome periodu. Ključni partneri u jačanju turističkih brojeva u zimskim mjesecima

(zimskom redu letenja) su avio kompanije, jer bez direktnih letova prema emitivnim tržištima, s obzirom da je Dubrovnik izrazita avio destinacija, ne možemo očekivati daljnje povećanje brojeva u zimskom periodu.

Kakva je trenutno situacija s kruzerskim gužvama?

Ograničavanjem broja kruzera u luci na dnevnoj bazi kao i inzistiranje na duljem boravku u luci, dnevni broj kruzera se stabilizirao i više ne predstavlja ozbiljan operativni problem za Grad Dubrovnik. Ukupni broj putnika na kruzerima se gotovo preopolovio u odnosu na pretpandemijske godine i Grad Dubrovnik ne planira veći rast u tome segmentu u godinama koje dolaze.

Kojih stranih posjetitelja je najviše?

Tradicionalno je naše najjače tržište Velika Britanija koja je do 31. svibnja ostvarila povećanje noćenja od 7 posto, druge su SAD s povećanjem od 19 posto. Do kraja svibnja imamo povećanja noćenja sa svih za nas bitnih dalekih tržišta (Kanada, Australija, Kina). Hrvatska, Francuska i Njemačka su se smjestile od 3. do 5. mjesta. Na tim tržištima osjećamo određenu stagnaciju pa dodatno planiramo povećanje promotivnih aktivnosti u 2026. baš na tim tržištima.

Jeste li u posljednje vrijeme uočili zamjetan porast posjetitelja iz određene zemlje i što je tome prethodilo?

Poljska koja nije bila tradicionalno tržište Dubrovnika je u stalnom, značajnom porastu s godine u godinu i trenutno je na 6. mjestu, što je rezultat, s jedne strane, zdravog gospodarstva Poljske, ali zasigurno i veće dostupnosti Dubrovnika iz više poljskih gradova (Varšava, Poznan, Wroclaw, Krakov), a što je opet rezultat koordiniranih aktivnosti TZGD s ostalim dionicima, u prvom redu ZL Ruđer Bošković, prema avio prijevoznicima. Osim Poljske na godišnjoj razini imamo konstantan rast Kanade, koja je u prvih pet mjeseci 2025 došla na osmo mjesto po broju noćenja, kao i Australije, koja je prije covida bila za Dubrovnik značajno tržište.

Kakvo je Vaše stajalište o opetovanju temi cijena u Dubrovniku?

TZGD ne određuje i ne može utjecati na cijene u destinaciji, nego uvijek potiče dionike u turizmu da turistima osiguraju kvalitetu usluge koja će korespondirati s cijenom. Destinacija Dubrovnik imaiskusne turističke djelatnike u sferi smještaja i ugostiteljstva i sigurni smo da, raspolažeći svim relevantnim

podacima potrebnima za procjenu u pojedinom momentu, vode destinaciju sigurno dalje. Brojni alati kojima raspolažu omogućuju im prilagođavanje tržištu na dnevnoj bazi. Dinamično određivanje cijena je prisutno u businessu već niz godina i omogućava privrednim subjektima da prilagođavaju cijenu momentalnoj potražnji.

Koju dobnu skupinu Dubrovnik najviše privlači?

Najveći broj turista zabilježen je u dobnoj skupini od 25 do 34 godine, s ukupno 267.015 dolazaka i 804.854 noćenja. Slijede dobne skupine 55 do 64 godine (222.211 dolazaka), 45 do 54 godine (212.143 dolazaka), te 65 i više godina (202.309 dolazaka), što ukazuje na značajan udio odraslih i starijih turista u ukupnom turističkom prometu.

Slijedom broja mladih posjetitelja, kakav je noćni život Dubrovnika?

Tijekom ljetnih mjeseci grad oživi zahvaljujući velikom broju posjetitelja i bogatoj ponudi – od beach barova, privremenih „pop up” događanja, festivala, do koncerata na otvorenom. Posebno se ističe Park Orsula, jedinstven prostor pod otvorenim nebom,

s pogledom na Grad, koji ljeti postaje pozornica raznim glazbenim programima. Također, već dugi niz godina Culture Club Revelin, smješten unutar povijesne tvrđave, jedan je od glavnih punktova noćnog života, posebno među mlađim posjetiteljima i turistima, zahvaljujući gostovanjima renomiranih izvođača. Zimi je ponuda nešto intimnija – najaktivniji su manji klubovi i kafići, dok Dubrovački zimski festival dodatno obogaćuje scenu organizacijom koncerata i događanja na otvorenom. Osim centra grada, mladi se često okupljaju i u noćnim barovima u ostalim dijelovima grada.

Koji su ciljevi? Kratkoročno i dugoročno?

Kratkoročni ciljevi su daljnje poboljšanje upravljanja destinacijom u suradnji sa svim profesionalcima u turizmu i gradskim odjelima. Dugoročni cilj i dalje ostaje postizanje ravnoteže na razini godini i daljnje povećavanje dolazaka i noćenja u periodu zimske sezone, ali i približavanje brojevima u glavnoj sezoni (lipanj-rujan) u travnju, svibnju i listopadu.

Helena Marušić Čović



Pregled sezone

Brojke o dolascima stranih turista ukazuju na dobru sezonu

Zagreb je u srpnju posjetilo gotovo 152.000 turista ili dva posto više nego u istom mjesecu lani, a porast od osam posto ostvaren je s gotovo 282.000 noćenja

Do 15. srpnja broj i dolazaka i noćenja turista porastao je za dva posto u odnosu na isto razdoblje lani, što znači da će ova turistička sezona biti na razini rekordne prošlogodišnje, ako ne i bolja, kazao je premijer Andrej Plenković u Hvaru na trećoj sjednici Vijeća za upravljanje razvojem turizma.

Pozvao je, piše Hina, da se vodi računa o cjenovnoj konkurentnosti hrvatskog turizma, kako bi bila prihvatljiva turistima te najavio investiranje u hotelijerstvo ne bi li povećao njegov udjel u domaćem turizmu. Zagreb je u srpnju posjetilo gotovo 152.000 turista ili dva posto više nego u istom mjesecu lani, a porast od osam posto ostvaren je s gotovo 282.000 noćenja, izvijestila je u srijedu zagrebačka turistička zajednica, ističući da se naš glavni grad potvrdio kao vodeće city break odredište u Hrvatskoj.

S takvim rezultatima u srpnju Zagreb je, piše Hina, nastavio s ovogodišnjim pozitivnim turističkim trendovima.

Po podacima sustava eVisitor, jedna od najatraktivnijih hrvatskih turističkih regija Dubrovačko-neretvanska županija imala je ove godine do kraja srpnja jedan posto više gostiju no lani, a broj je noćenja porastao za

dva posto, objavila je tamošnja županijska turistička zajednica.

Zabilježeno je 1.234.961 dolazaka, a najbrojniji gosti su bili u tom razdoblju Britanci, pa zatim Amerikanci, Poljaci i onda domaći gosti. Činjenica da je Dubrovnik više zračna, a manje destinacija za automobilske goste, u prvi plan tako gura turiste iz Ujedinjenog Kraljevstva i SAD-a.

Broj noćenja je dosegnuo 4.842.275.

Samo u srpnju bilo je 422.364 gostiju koji su realizirali 2.026.228 noćenja. Odmah upada u oči sezonalnost turizma. Te su brojke otprilike na razini prošlogodišnjeg srpnja.

U proteklom mjesecu najviše gostiju je bilo opet iz Ujedinjenog Kraljevstva, a zatim iz Poljske i Slovenije.

Logično, najpopularnija županijska destinacija je Dubrovnik s 2,4 milijuna noćenja ove godine što je jednako prošloj godini. Drugi je Orebić sa 495 tisuća noćenja, a to je rast od 2,6 posto. Treće su Konavle sa 459 tisuća noćenja, također na lanjskoj razini.

Četvrta je Župa Dubrovačka, a peta Korčula.

Turistička zajednica Kvarnera je objavila podatke za prvih sedam mjeseci u području Primorsko-goranske županije istaknuvši da je bilo dva posto više noćenja no u istom razdoblju lani. Istodobno je bilo tri posto više dolazaka.



FOTO: TURISTIČKA ZAJEDNICA GRADA ZAGREBA

U srpnju je ipak bilo dva posto manje noćenja na godišnjoj razini zahvaljujući padu od četiri posto u privatnom smještaju gdje su objekti s pet zvjezdica imali rast, a oni s tri i manje su imali osjetan pad.

“Vrlo često objekti s tri zvjezdice su podigli cijenu, a to nije pratilo povećanje kvalitete ili razine usluga, pa gosti biraju objekte s više zvjezdica za iste ili malo veće novce, ili pak odlaze u hotele”, izjavila je direktorica tamošnje turističke zajednice Irena Peršić Živadinov.

U srpnju je Nijemaca bilo osam posto manje no lani, Slovenaca otprilike isto, a Poljaka 15 posto više.

Peršić Živadinov je upozorila da Nijemci čine 30 posto tržišta i iznimno su osjetljivi na povećanja cijena, pogotovo ako to ne prati porast kvalitete.

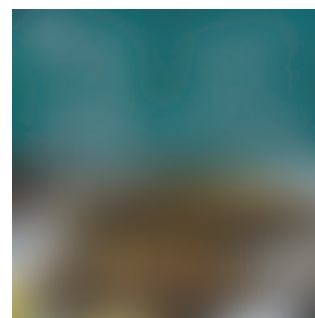
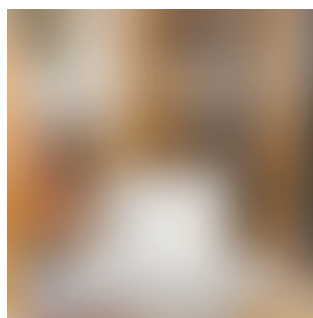
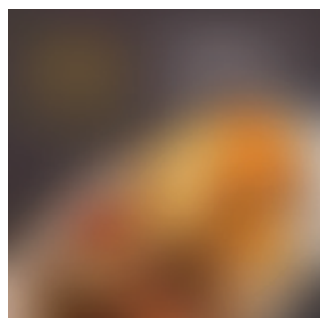
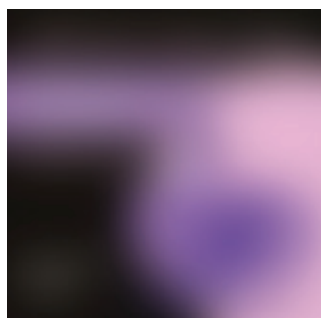
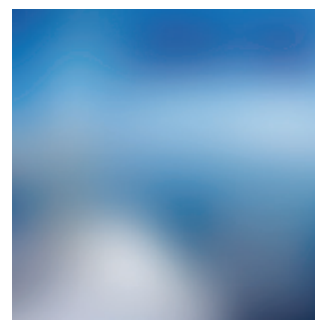
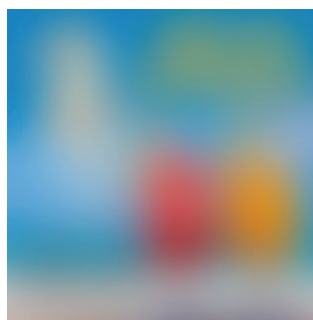


Turisti u Zagrebu

Među regijama na Kvarneru, najveći porast noćenja u sedam mjeseci ostvario je Rab od pet posto, Krk je imao tri posto više, opatijska rivijera, Gorski kotar i crikveničko-vinodolska regija imali su jedan posto više, a riječki prsten i cresko-lošinjsko otočje su ostvarili isti rezultat kao 2024. godine.

Domaći su gosti ove godine ostvarili na Kvarneru osam posto više noćenja no u prvih sedam mjeseci lani.

Raif Okić







TRGOVINA I USLUGE

Domaće robne marke

Hrana, moda ili kozmetika: Tvrtke koje godinama privlače hrvatske kupce

TRGOVINA I
USLUGE

U Hrvatskoj postoji veliki broj popularnih proizvođača, posebno u prehrambenoj industriji

Hrvatska ima kvalitetne domaće robne marke, a neke od njih su popularne i van granica ove države. Zbog toga su naši građani dosta vezani uz te proizvode i često ih biraju više nego strane artikle. Osim toga, i veliki trgovački lanci sve više promoviraju domaće proizvode, konstatirao je Agroklub. No, jasno je da oni to rade kako bi potaknuli domoljubne osjećaje i privukli kupce.

Neke od najvećih hrvatskih tvrtki koje na tržište plasiraju dobro poznate proizvode su Podravka, Kraš, Dukat, Jamnica, Zvijezda, Ledo, Franck i mnoge druge. Osim prehrambenih proizvoda,



FOTO: PODRAVKA

Novi transportni centar Podravke

popularna je i domaća kozmetika kao što je Skintegra, Melem, L'Adria ili Olibal. Tu je, naravno, i modna industrija u kojoj se ističu Galeb i Varteks, ali ima i drugih velikih proizvođača.

Podravka je hrvatska prehrambena tvrtka sa sjedištem u Koprivnici, a njeni brendovi su Vegeta, koja se koristi i u susjednim državama te čak i na drugim kontinentima, Čokolino, Lino, Kviki, Fant, Eva, Dolcela i brojni drugi.

O uspješnosti ove tvrtke govore i financijski podaci prema kojima je Grupa Podravka u prva tri mjeseca 2025. godine povećala prihode od prodaje za 19,2 posto na godišnjoj razini. Tako su im prihodi u tom razdoblju iznosili 228,7 milijuna eura i bili su veći za 36,9 milijuna eura.

„Ovakvom ishodu primarno pridonosi novostečeni poljoprivredni segment, odnosno Podravka Agri, koji je u sastavu Grupe Podravka. Grupa Podravka zaključila je preuzimanje Belja, Vupika i PIK-a Vinkovci 31. siječnja ove godine te je Poljoprivreda tako postala treći stup poslovanja, uz Prehranu i Farmaceutiku. Novostečenim tvrtkama upravlja društvo

Podravka Agri, a sama akvizicija dodatno je učvrstila Podravkinu poziciju među vodećim domaćim tvrtkama“, naveli su u travnju ove godine na internetskoj stranici Belupa, koji je također jedan od brendova Podravke.

Istaknuli su i da je operativna dobit prije amortizacije (EBITDA) u prvom kvartalu 2025. iznosila 96,9 milijuna eura, što je za 59 milijuna eura ili 156 posto više u odnosu na usporedno razdoblje. Normalizirana EBITDA iznosila je 42 milijuna eura i bila je veća za 3,9 milijuna eura, odnosno 10,3 posto na godišnjoj razini.

Normalizirana neto dobit Grupe Podravka pritom je u navedenom razdoblju bila manja za 3,7 milijuna eura, odnosno 15,6 posto u usporedbi s prva tri mjeseca u 2024. i iznosila je 19,9 milijuna eura. Međutim, tvrde da je to zbog troškova financiranja akvizicije poljoprivrednih tvrtki.

Kraš je svoju povijest započeo u Zagrebu, na temeljima tvornice za proizvodnju čokolada Union koja je osnovana 1911. godine. Neki od popularnih proizvoda ove tvrtke su Bajadera, Griotte i Bronhi.

Griotte u proizvodnji



FOTO: KRAŠ



Tvrtka Ledo ima dugu i bogatu povijest

FOTO: LEDO

„Matična proizvodnja smještena je u Zagrebu i objedinjava proizvodnju sve tri grupe konditorskih proizvoda: kakao proizvoda, keksa i vafla te bombonskih proizvoda. Kraš je vlasnik još dvije tvornice za proizvodnju keksa i vafla od kojih je jedna u Osijeku, dok je tvornica Mira d.o.o. u susjednoj Bosni i Hercegovini“, piše na internetskoj stranici tvrtke.

Kraš Grupa je u prvom kvartalu 2025. godine ostvarila konsolidirane ukupne prihode u iznosu od 43,6 milijuna eura, što je za 0,8 posto manje od ostvarenih ukupnih prihoda u istom razdoblju lani. Istodobno, neto dobit je iznosila 92.000 eura što je za 1,4 milijuna eura manje od neto dobiti ostvarene u istom razdoblju 2024. godine. Ostvarena je EBITDA u visini od 2,8 milijuna eura i niža je za 1,2 milijuna eura u odnosu na prethodnu godinu, dok EBITDA marža iznosi 6,4 posto. Financijski rezultat Kraš grupe tako je pod snažnim utjecajem cijene kakaovca.

Kada je riječ o mliječnim proizvodima Dukaf je svakako među prvima. Sjedište ove tvrtke je u Zagrebu, a nastala je 1976. izdvajanjem iz Zagrebačke mljekare. Bavi se otkupom mlijeka te proizvodnjom svježeg i trajnog mlijeka, jogurta, fermentiranih proizvoda, vrhnja, mliječnih namaza, svježih sireva i deserta, prema Hrvatskoj enciklopediji.

Ukupni prihodi ove tvrtke u 2024. godini iznosili su 404,21 milijun eura, a dobit 49,05 milijuna eura, prema podacima CompanyWalla.

Jamnica je poznati hrvatski proizvođač mineralne vode i drugih pića te jedan od najvećih proizvođača u ovom dijelu Europe.

„Tradicija proizvodnje u Jamnici seže u daleku 1828. godinu što Jamnici čini jednom od najdugovječnijih domaćih tvrtki. I nakon gotovo dva stoljeća postojanja, Jamnica i dalje inovira, istražuje, razvija se i unapređuje“, piše Jamnica.company.

Tvrtka Jamnica plus d.o.o. posluje kao dio Grupe pića, organizacijske divizije unutar Fortenova grupe, koja nudi veliki broj brendova kao što su Jamnica, Botanica, Sarajevski kiseljak, Mg Mivela, Jana, Sensation, Sky Cola i Toco.

Zvijezda plus tvrtka prisutna je na tržištu Hrvatske već 109 godina i dio je Fortenova grupe kao i Jamnica plus d.o.o.

„Pod Zvijezda markom proizvode se ulja, margarini, majoneza, ketchup, umaci na bazi majoneze. U vlastitoj proizvodnji su i Margo mazi vi margarini, Omegol posebna linija proizvoda funkcionalne hrane, te od 2021. linija proizvoda Planet of plants. Zvijezda pod svojom markom distribuira i trgovačku robu: ocat,

ulje za prženje, bučino ulje, aditive, masline, i konzervirano povrće“, piše na Zvijezda.hr.

U 2023. je bila na prvom mjestu po dobiti među tvrtkama u djelatnosti proizvodnje ulja i masti u Hrvatskoj. Ukupni prihodi Zvijezde u toj godini iznosili su 157,73 milijuna eura, a dobit 2,45 milijuna eura. U 2024. su joj prihodi bili nešto manji i iznosili 155,33 milijuna eura, ali je zato dobit bila znatno veća, 8,27 milijuna eura, pokazali su podaci CompanyWalla.

Ledo je osnovan 1958. godine, a bavi se proizvodnjom sladoleda i zamrznutih proizvoda poput tijesta, voća, povrća i ribe. Od 2021. godine je dio najveće europske tvrtke za smrznutu hranu, Nomad Foodsa. U svibnju 2025. godine zadovoljio je visoke kriterije u sektoru ljudskih resursa za stjecanje Poslodavac Partner certifikata.

„Ovaj certifikat za nas predstavlja važnu potvrdu svih dosadašnjih inicijativa u razvoju i unapređenju HR praksi unutar Leda. Ponosni smo na rezultate koje smo postigli, ali jednako tako gledamo unaprijed, s nizom ideja i planova koje još želimo ostvariti“, rekla je tada Marija Felkel, direktorica ljudskih potencijala za Adriatic regiju u tvrtki Nomad Foods.

Franck već više od 130 godina uspješno proizvodi i izvozi prehrambene proizvode s vodećom pozicijom u kategorijama kave i čaja. Ukupni prihodi ove tvrtke lani su iznosili više od 115,37 milijuna eura, a dobit više od 4,5 milijuna eura.

„Franck je danas tržišni lider u kavi i čaju s uspješnicama poput Jubilame kave, Classic, Bonus, Superiore, Stretto i 125 YEARS EDITION espressa, Franck Cappuccina i Franck čajeva s bogatim asortimanom više od 30 vrsta različitih okusa vrhunske kvalitete. Uz glavne kategorije proizvoda, Franckov portfelj još uključuje napitke od cikorije i žitarica, začine, dodatke jelima i sastojke za kolače“, objavili su iz Francka.

Kada je riječ o domaćoj kozmetici, Melem je svima dobro poznat, a nedavno je počeo širiti svoju ponudu proizvoda tako da sada ima i deko-

rativnu kozmetiku te razne losione, kreme i dezodoranse. Ipak, najpopularniji proizvod ove marke je sam melem. On ima široku primjenu i pogodan je za osjetljivu kožu te nosi oznaku izvorno hrvatsko.

Skintegra je još jedan domaći brend specijaliziran za kozmetiku. Njihovi proizvodi pružaju ciljanu njegu, posebno fokusiranu na rješavanje problema poput dehidracije, akni, mrlja i znakova starenja, a i potpuno su veganski.

„Pažljivo biramo aktivne i klinički dokazane sastojke, poput niacinamida, salicilne kiseline, glikolne kiseline, retinala, vitamina C, hijaluronske kiseline, resveratrola i drugih“, tvrde iz ove tvrtke na svojoj stranici.

Kozmetiku bez okrutnosti, bez parabena i parabena, bez sulfata, etilnog alkohola i isušujućih sastojaka nudi i L'Adria. Oni imaju i upute o proizvodima koji najbolje odgovaraju različitim tipovima kože.

Još jedna dobro poznata marka je i Olival. On je osnovan 1994. godine i nudi više od 190 proizvoda za njegu lica, tijela i kose. Asortiman Olivala dijeli se na prirodnu i konvencionalnu kozmetiku s visokim udjelom prirodnih sastojaka. Kao dio njihove prirodne ponude najviše se ističe kolekcija Smilje koja je još 2014. godine dobila NATRUE certifikat za prirodnu kozmetiku. To je neovisna potvrda vrhunske kvalitete prirodne kozmetike koju izdaje The International Natural and Organic Cosmetic Association iz Belgije.

Varteks, hrvatski modni i tekstilni proizvođač, osnovan je davne 1918. godine u Varaždinu. Iz tvrtke navode da izrađuju odjeću od najfinijih tkanina proizvođača poput Loro Piana i Marzotto te da već godinama surađuju sa svjetskim modnim brendovima kao što su Hugo Boss, J.Lindeberg i Zadig & Voltaire.

Ipak, njegova duga tradicija i popularnost nisu mu pomogli jer je obu-

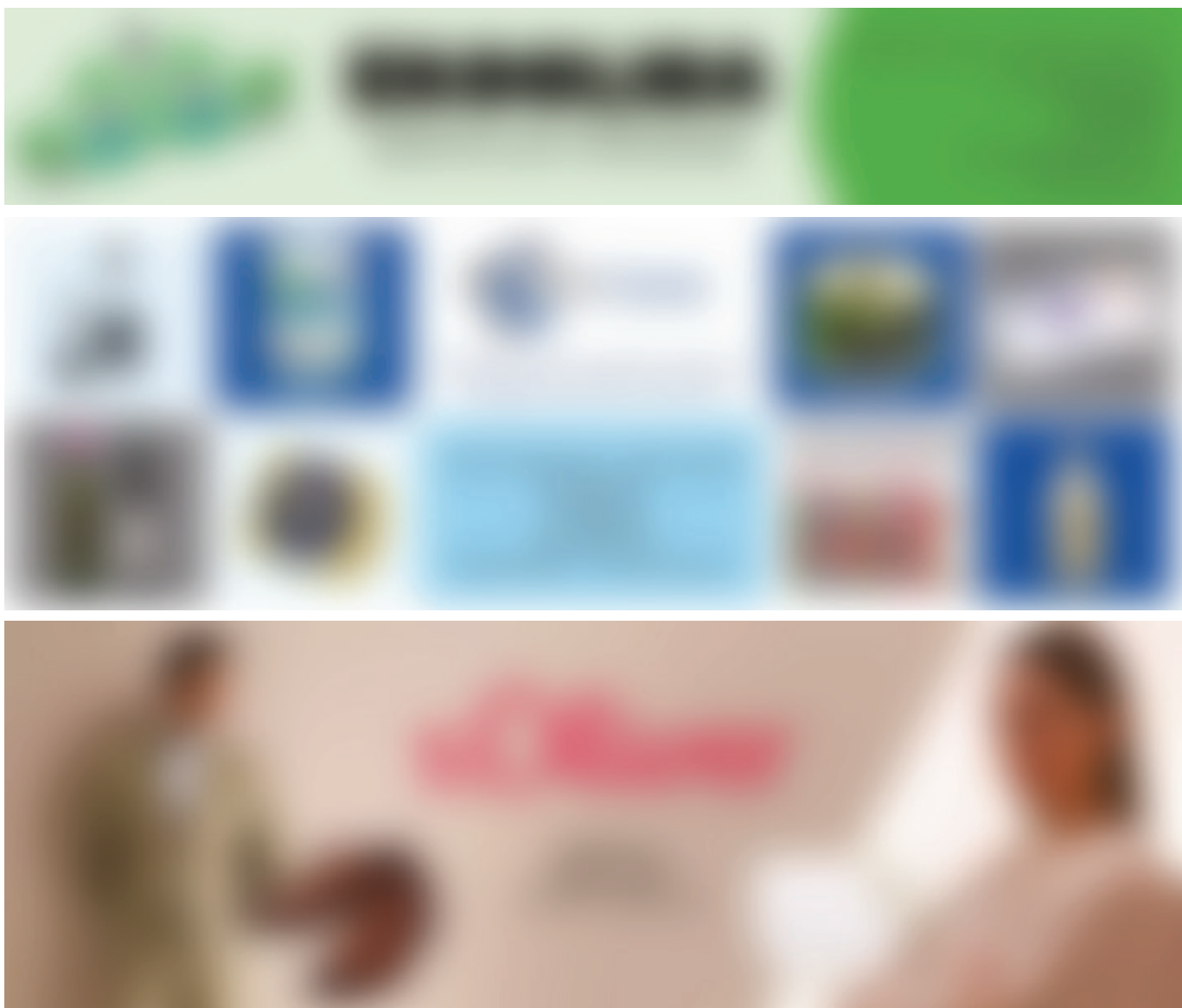
stavio proizvodnju 31. siječnja, a Trgovački sud u Varaždinu prošlog je srpnja otvorio stečajni postupak.

U hrvatskoj modnoj industriji ističe se i tvrtka Galeb koja je osnovana 1951. godine i članica je Tekstilpromet Grupe te je u potpunom vlasništvu Tekstilprometa.

„Od veljače 2007. godine svi Galebovi proizvodi nose oznaku Hrvatske kvalitete koju dodjeljuje Hrvatska gospodarska komora. U kvalitetu naših proizvoda, pored hrvatskih kupaca, uvjerali su se i mnogi inozemni partneri, jer Galeb izvozi oko 50 posto svojih proizvoda, i to pretežno u zapadnoeuropske zemlje“, tvrde iz ove tvrtke.

Uz sve spomenute uspješne domaće robne marke ističu se i mnoge druge, kako na domaćem tako i na stranim tržištima. Jasno je da Hrvatska ima dobro razvijenu industriju i trgovinu s dugom tradicijom.

Vladana Kovačević





Što donosi e-commerce u 2025. godini

Šansa za rast, osobito za mala poduzeća

U svijetu u kojem se granice između stvarnog i lažnog sadržaja sve više brišu zahvaljujući razvoju umjetne inteligencije, povjerenje postaje najvrijednija valuta. Lažne recenzije, deepfake videi i generirani AI sadržaj dovode korisnike u stanje sumnje – kome još vjerovati na internetu?

Elektronička trgovina (e-commerce) u posljednjem desetljeću proživljava snažnu ekspanziju, ali se tek sada u potpunosti otkriva njezin potencijal za mala i srednja poduzeća. U 2025. godini e-commerce nije više samo luksuz velikih trgovačkih lanaca, već nužnost i šansa za digitalnu transformaciju malih trgovaca, obrtnika i lokalnih proizvođača.

Globalno tržište e-trgovine i dalje bilježi rast, pri čemu se osobito ističu mobilna kupnja, društvena prodaja te implementacija umjetne inteligencije i održivih praksi. Prema najnovijim podacima, više od 60 posto ukupnih online transakcija odvija se putem mobilnih

uređaja, a vrijednost mobilne trgovine približava se broju od 2,5 bilijuna dolara odnosno 2,33 bilijuna eura, globalno. Kupnja putem društvenih mreža ili takozvani social commerce, zauzima sve veći udio u e-commerce prodaji, a očekuje se da će činiti gotovo petinu ukupne online potrošnje.

Dodatno, umjetna inteligencija mijenja korisničko iskustvo: personalizirane ponude, chatbot podrška i prediktivna analiza kupaca više nisu rezervirane samo za Amazon ili Zalando. I mala poduzeća sada mogu koristiti ove alate, kroz pristupačne SaaS platforme i gotova rješenja.

U Europskoj uniji e-commerce prati razvoj omnichannel modela – kom-

binacije fizičke i digitalne prodaje, pri čemu kupac želi i može birati način kupnje, plaćanja i dostave. Povećava se broj paketnih ormarića, out-of-home dostava bilježi godišnji rast od 25 posto, a potrošači sve više očekuju održive i ekološke opcije. Prema podacima Europske komisije, čak 73 posto kupaca spremno je platiti više za ekološki prihvatljivu dostavu i ambalažu.

U Hrvatskoj e-commerce također jača, iako s nešto sporijim tempom u odnosu na ostatak svijeta. Prema najnovijim pokazateljima, domaći kupci i prodavači sve češće koriste društvene mreže kao primarni prodajni kanal. Facebook i Instagram su standard, a TikTok sve više postaje

kanal za mlade potrošače i male brendove koji ciljaju na generaciju Z. Posebno je važno napomenuti kako manja poduzeća prepoznaju prednosti digitalne trgovine – fleksibilnost, niže troškove poslovanja i direktan odnos s kupcem.

Plaćanja putem digitalnih novčanika, kartica te BNPL (Buy Now, Pay Later) modela postaju sve prisutnija. Iako se tržište Q-commercea (ekspresne dostave unutar sat vremena) u Hrvatskoj još razvija, sve više lokalnih trgovaca koristi usluge dostavnih servisa te uvodi brze i pouzdane opcije isporuke.

Za male poduzetnike, e-commerce može značiti izlazak iz lokalnih okvira – putem interneta mogu nuditi proizvode diljem Hrvatske, regije pa i šire. Međutim, izazovi ostaju: nedostatak znanja, složenost logistike i konkurencija velikih platformi. Zato su edukacije, financijski poticaji iz EU fondova i podrška digitalnoj tranziciji ključni elementi za budući uspjeh.

Primjeri dobre prakse uključuju male proizvođače hrane koji prodaju putem vlastitih webshopova, obrtnike koji promoviraju i prodaju ručno rađene

proizvode na društvenim mrežama te lokalne modne brendove koji se ističu održivim pristupom. E-commerce tako ne znači nužno masovnost – upravo su autentičnost, kvaliteta i kontakt s kupcem ono što male brendove čini konkurentnima.

Sigurnost veoma bitna komponenta

No, u svijetu u kojem se granice između stvarnog i lažnog sadržaja sve više brišu zahvaljujući razvoju umjetne inteligencije, povjerenje postaje najvrjednija valuta. Lažne recenzije, deepfake videi i generirani AI sadržaj dovode korisnike u stanje sumnje – kome još vjerovati na internetu? Upravo zato recenzije stvarnih ljudi i vjerodostojne oznake povjerenja postaju ključne za opstanak web trgovina.

U Hrvatskoj je zato pokrenut Safe Shop, domaći alat koji korisnicima pruža jasan znak: „Ovdje kupujete sigurno.“ Više od 100 web trgovina već je uključeno, a broj iz dana u dan raste.

Safe Shop je nastao kao rezultat suradnje s preko 600 hrvatskih webshopova, istraživanja potreba kupaca i konkretnih iskustava s

online prijevarama. Riječ je o projektu udruge eCommerce Hrvatska, koja djeluje već deset godina.

„Safe Shop je sustav za prikupljanje i prikaz recenzija koji smo razvili kako bi pomogli trgovcima da povećaju povjerenje i konverzije na svom webshopu. Uz to, razvili smo i oznaku povjerenja koju kupci mogu prepoznati kao jamstvo sigurnosti“, ističe Marcel Majšan, predsjednik udruge.

U suradnji s agencijom Hero Factory, koju vodi Dario Begonja, razvijen je alat koji trgovcima omogućuje prikupljanje i prikaz stvarnih recenzija, a kupcima služi kao prva stanica prije online kupovine. Dovoljno je posjetiti www.safeshop.hr, gdje mogu pronaći popis svih ručno provjerenih trgovina i pročitati autentične recenzije drugih kupaca.

Ručna provjera svakog webshopa i stvarne recenzije Web trgovina ne može dobiti Safe Shop oznaku automatski. Svaki webshop prolazi stručnu provjeru prema deset kriterija Kodeksa ponašanja, uključujući jasno istaknute uvjete kupnje i reklamacije, valjani kontakt i pravne podatke, sigurnosne tehničke postavke, aktivnu korisničku

podršku i mogućnost ostavljanja i prikaza stvarnih recenzija.

„Premalo se pažnje posvećuje sigurnosti online kupnje, a ovim alatom trgovci konačno mogu na jednostavan način implementirati sigurnosne prakse, ojačati svoj brend i privući nove kupce“, poručuje Begonja iz Hero Factoryja.

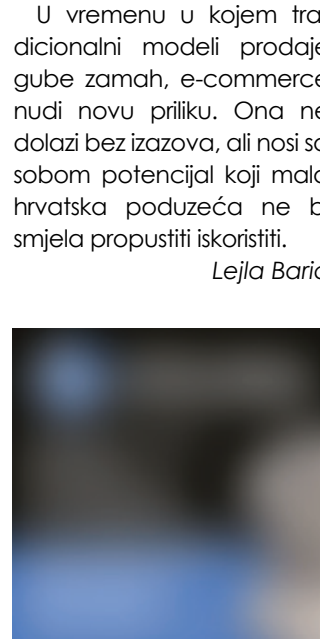
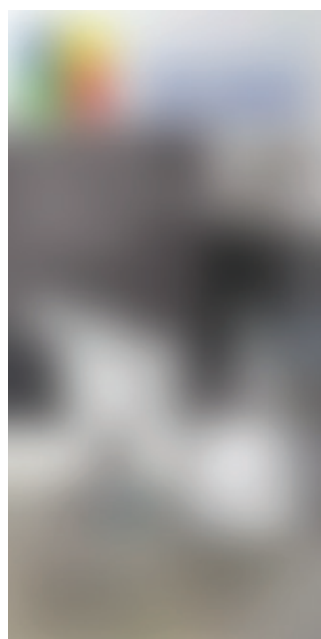
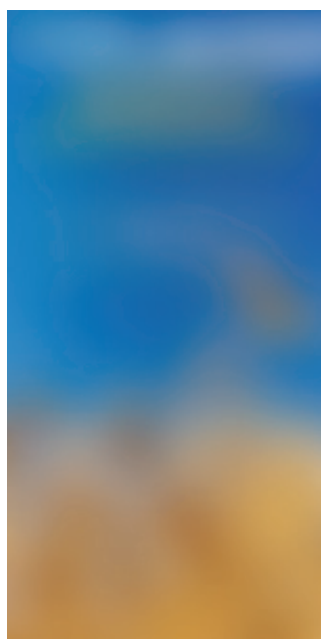
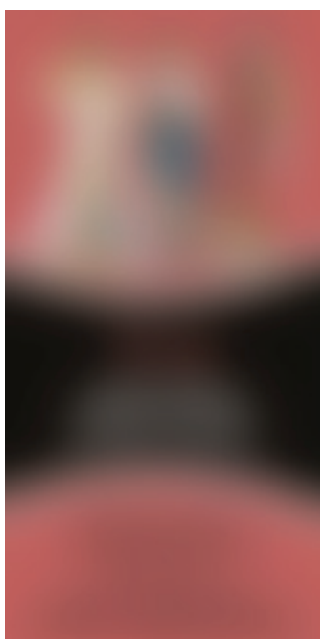
Prema istraživanju udruge eCommerce Hrvatska, više od 60 posto online kupaca neće kupiti ništa na webshopu koji nema recenzije ili oznaku povjerenja, dok jedna stvarna recenzija može više utjecati na povećanje prodaje nego popust od deset posto.

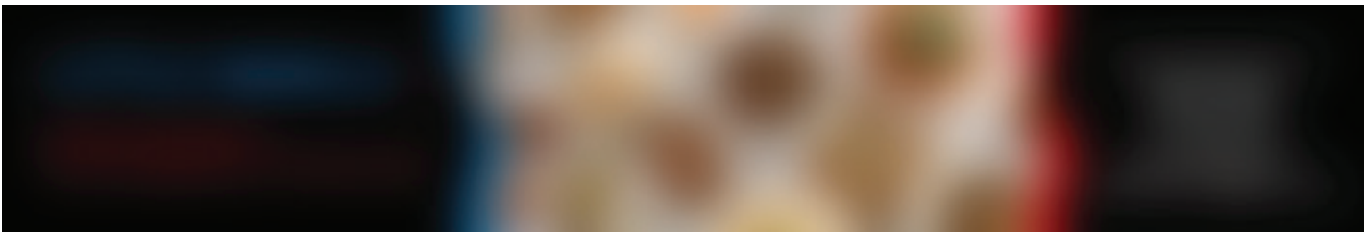
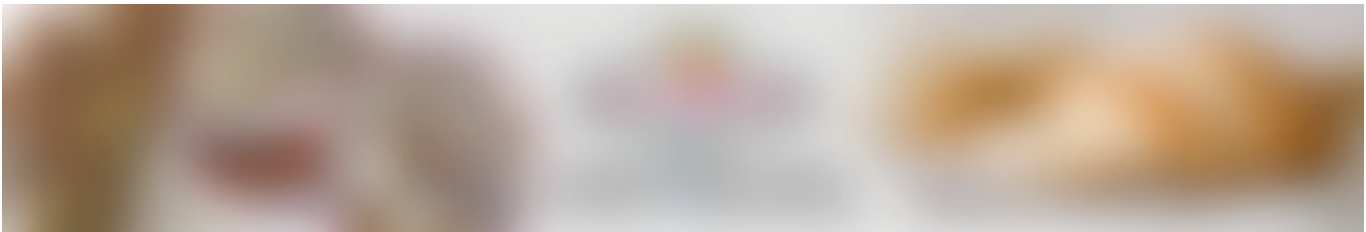
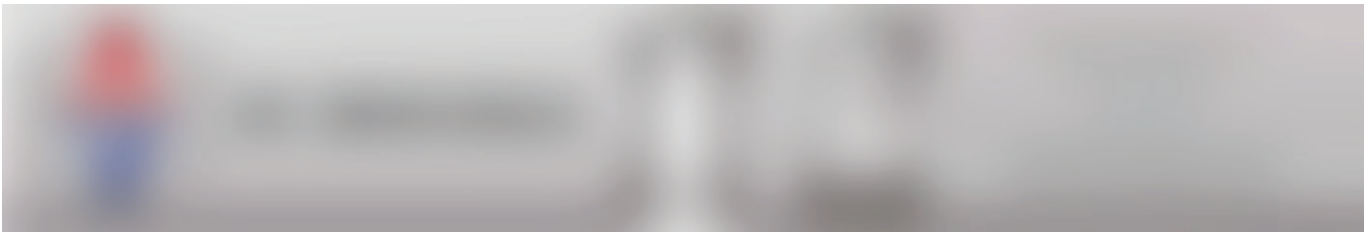
Za sve kvalitetne i sigurne trgovine koje se još nisu uključile, poruka je jasna, pridružite se udruzi eCommerce Hrvatska i ostvarite pravo na korištenje Safe Shop oznake povjerenja i sustava za prikupljanje recenzija.

Na kraju, digitalna trgovina nije više pitanje izbora, već opstanka. Kako se promjene u navikama kupaca ubrzavaju, a tehnologije postaju sve dostupnije, i hrvatska mala poduzeća imaju priliku uhvatiti korak – ne samo s europskim, nego i s globalnim tržištem.

U vremenu u kojem tradicionalni modeli prodaje gube zamah, e-commerce nudi novu priliku. Ona ne dolazi bez izazova, ali nosi sa sobom potencijal koji mala hrvatska poduzeća ne bi smjela propustiti iskoristiti.

Lejla Barić





Ovisnost o prodaji Trgovački lanci su najveći poslodavci u državi

Izuzmemo li javna poduzeća, poslodavci s najvećim brojem zaposlenika u Hrvatskoj su trgovački maloprodajni lanci. Konzum, Studenac, Spar, Plodine i Tommy našli su se na prošlogodišnjoj ljestvici deset najvećih, zajedno s Hrvatskom poštom, Hrvatskim šumama, HEP-om, HŽ-om i Zagrebačkim holdingom.

Istražili smo kakva je situacija u desecima europskih i svjetskih zemalja i nismo naišli na nijedan primjer nalik ovom hrvatskom. Na popisima deset najvećih po broju zaposlenika se, doduše, često našao po jedan do dva trgovačka lanca, ali ne i više njih. Isto tako, među vodećima u nekim zemljama su nacionalne kurirske, željezničke ili neke druge javne kompanije. No, u većini zemalja koje smo istraživali među top deset tvrtki po broju zaposlenika dominirale su one iz područja tehnologije, automobilske industrije i telekomunikacija.

U SAD-u, primjerice, najviše ljudi zapošljava njihov najpoznatiji trgovački lanac Walmart, ali slijede ga privatne tvrtke ili javna dionička društva u kojima država nema udio ili je on vrlo neznatan. Tu su multinacionalna tehnološka kompanija Amazon, Allied Universal - privatna kompanija za sigurnosne i zaštitarske usluge, kurirske kompanije FedEx i UPS, Accenture - tvrtka specijalizirana za poslovno savjetovanje i outsourcing i United Health Group - tvrtka specijalizirana za zdravstveno osiguranje. Među najvećima

po broju zaposlenih u SAD-u je još jedan trgovački lanac - Target, ali svakako je ovaj američki popis neusporediv s hrvatskim.

I na španjolskom popisu prednjači trgovački lanac, njihova Mercadona, koja zapošljava više od sto tisuća ljudi, te je poznata po dobrim uvjetima rada. Osnovna bruto mjesečna plaća za novozaposlene iznosi 1.685 eura. Nakon četiri godine radnog staža, plaća raste na 2.280 eura, što predstavlja 72 posto više od španjolske minimalne plaće. Tvrtka nudi i niz bonusa, poput dodatne plaće za ispunjavanje godišnjih ciljeva. Za usporedbu, hrvatski Konzum je 2024. godinu, prema podacima Company Walla, završio s 11.146 zaposlenih, dok je prosječna neto plaća iznosila 848,62 eura. Među najvećim španjolskim tvrtkama po broju zaposlenika su još El Corte Inglés, konglomerat s brojnim robnim kućama, građevinski div ACS Group, modni gigant Inditex, te bankarska tvrtka CaixaBank. Od državnih tvrtki tu je jedino nacionalna poštanska služba. Organizacija ONCE, koja je također među najvećima

u Španjolskoj, djeluje pod državnim nadzorom, ali zapravo je čine privatna članstva, te je usmjerena na društvene ciljeve, osobito u području integracije osoba s oštećenjem vida. ONCE financira svoje društvene aktivnosti putem prihoda od vlastitih lutrijskih igara, te posjeduje poslovnu grupu Ilunion, koja uključuje više od 50 poslovnih linija u različitim sektorima, kao što su socijalno-zdravstvene usluge, turizam, sigurnost, čišćenje i industrijska pranja. Ova organizacija zapošljava preko 70 tisuća radnika.

U Velikoj Britaniji je, izuzmemo li javni sektor, odnosno njihovu nacionalnu zdravstvenu službu, najveći poslodavac dioničko društvo Compass Group, koji se bavi korporativnim kateringom. Na drugom mjestu je maloprodajni lanac Tesco, a u njihovih top deset je još jedna tvrtka te branše - Sainsbury's. Tu su dvije bankarske tvrtke, telekomunikacijska i tehnološka kompanija BT Group, Amazon UK te Royal Mail. Ova zadnja je povijesna britanska poštanska služba u kojoj britanska vlada nije većinski vlasnik, ali je zadržala tzv. „zlatnu dionicu“, što joj



je Njemačka državna razvojna banka najveći pojedinačni dioničar. Na popisu jest jedan maloprodajni lanac - Edeka, ali i tehnološki div Siemens.

Švedska je pak primjer zemlje kojoj među deset najvećih poslodavaca po broju radnika nije niti jedan prehrambeni maloprodajni lanac. Tu su sigurnosna tvrtka Securitas AB, modni lanac H&M Group, telekomunikacijska tvrtka Ericsson AB, proizvođač kamiona, autobusa i građevinske opreme Volvo Group, čak dvije globalne tvrtke u industriji sigurnosnih sustava Autoliv i Assa Abloy, industrijska tvrtka koja proizvodi kompresore, vakuumske rješenja i druge industrijske opreme Atlas Copco, građevinska i razvojna kompanija Skanska te vodeća švedska inženjerska i arhitektonska konzultantska tvrtka Sweco.

Valja istaknuti kako je u Srbiji značajan broj ljudi zaposlen upravo u automobilske industriji. Leoni Wiring Systems Southeast je proizvođač električnih instalacija za automobilske industriju, smješten u Prokuplju, te je, prema Company Wallu, u prošloj godini imao 11.659 zaposlenih. Tu je i proizvođač električnih komponenti za automobilske industriju Yura Corporation, smješten u Rači, sa 7.386 zaposlenih. Uz javna poduzeća i dva trgovačka lanca, među najvećima po broju zaposlenih u Srbiji su i proizvođač šatora i šatorskih konstrukcija u Obrenovcu Pro-Tent te rudarska kompanija koja se bavi eksploatacijom bakra u Boru - Serbia Zijin Copper.

I u BiH se u top deset smjestila rudarska kompanija, RMU Banovići, koja se bavi eksploatacijom uglja, iako osta-

tak popisa uglavnom čine javna poduzeća te maloprodajni lanci Bingo i Konzum Sarajevo.

Od susjednih zemalja, istražili smo još Sloveniju. Premda najveći poslodavac, prema podacima iz 2023., jest trgovački lanac Mercator, valja istaknuti da su na ostatku popisa farmaceutske tvrtke Krka i Lek (članica Sandoza), energetska kompanija Petrol, proizvođač kućanskih aparata Gorenje te automobilska tvornica Revoz u Novom Mestu, koja proizvodi vozila za Renault.

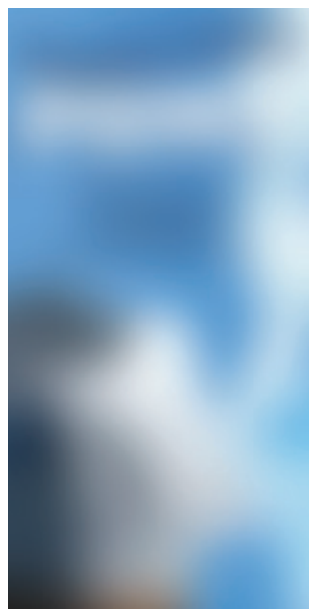
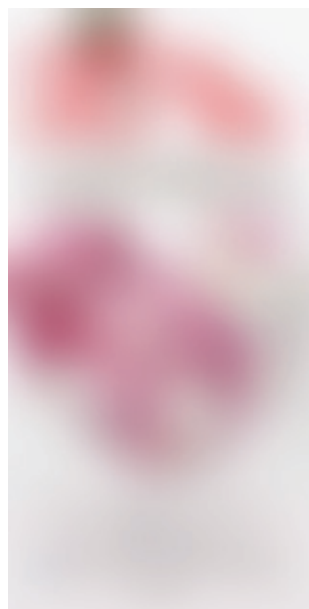
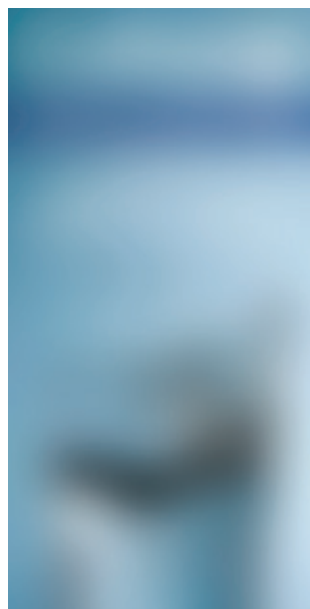
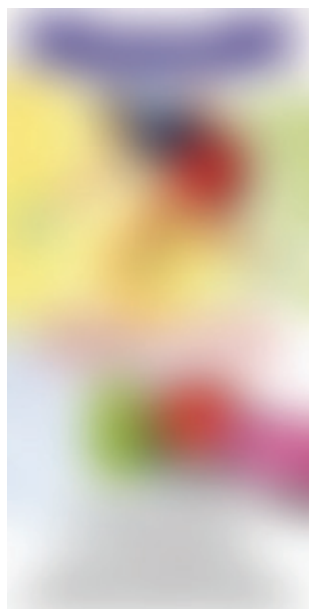
Ekonomski analitičar Luka Brkić zaključuje kako je Hrvatska propustila priliku dovlačenja velikih kompanija, primjerice iz automobilske industrije, kad su tu priliku iskoristile Češka, Slovačka, pa i Srbija.

- Mi nemamo greenfield investitore, samo portfolio. Mi imamo svjetski konkurentne tvrtke, poput HS Produkta, ali to nisu tvrtke koje mogu zapošljavati tisuće ljudi. U Hrvatskoj je veliki javni sektor. Imamo veliku, ali istodobno slabu državu. Imate monopol javnih poduzeća, poput HEP-a. Vanjsko-trgovinska liberalizacija 90-ih nam je omogućila borbu protiv inflacije, ali smo izgubili konkurentsku sposobnost ove države. Dvije trećine energetskog sektora drže INA i Petrol. A onda kad još svemu dodate taj nesretni turizam, u kojem 70 posto svega sto se potroši, od sapuna, preko posteljine do ne znam čega, dolazi iz inozemstva, shvatite da mi kroz naš turizam razvijamo konkurentna gospodarstva umjesto vlastita - poentira Brkić.

Helena Marušić Čović

omogućava pravo veta na ključne odluke poput promjena u vlasničkoj strukturi, lokaciji sjedišta ili poreznom statusu Royal Maila.

U Njemačkoj se s najviše zaposlenika, njih gotovo 300 tisuća, može pohvaliti Volkswagen. Slijedi logistička tvrtka DHL, koja je u većinskom vlasništvu privatnih dioničara, iako





Pregled sektora

Stabilan rast usred promjena i izazova

Maloprodaja ostvaruje konstantan rast 26. mjesec zaredom, ali vodeći trgovci se još uvijek bore s problemima zaduženosti i manjkom radne snage

Trgovinski sektor u Hrvatskoj pokazuje znakove snažnog oporavka i stabilizacije nakon turbulentnih inflatornih godina, s realnim prometom u trgovini na malo koji je u 2024. godini porastao za impresivnih 7,7 posto. Ovaj rast predstavlja najsnažniju godišnju ekspanziju u posljednje vrijeme i najavu je povratka hrvatske maloprodaje na put stabilnog razvoja.

Potrošnja raste već 26 mjeseci zaredom

U Hrvatskoj je u svibnju potrošnja u maloprodaji porasla već 26. mjesec zaredom na godišnjoj razini, za 2,6 posto, što je sporije nego mjesec dana prije, pokazuju najnoviji podaci Državnog zavoda za statistiku. Kontinuirani rast kroz više od dvije godine

jasno ukazuje na oporavak ekonomskog optimizma potrošača i povećanje njihove kupovne moći.

U prvih pet mjeseci ove godine promet od trgovine na malo porastao je za 3,7 posto u odnosu na isto lanjsko razdoblje, što dodatno potvrđuje pozitivan trend. Posebno je ohrabrujuće što je promet od trgovine na malo neprehrambenim proizvodima, osim trgovine motornim gorivima i mazivima, porastao za 7,7 posto, što sugerira da potrošači ne kupuju samo osnovne potrebe, već i diskrecijske proizvode.

Rast trgovine na malo direktno je vezan uz nastavak stabilnog rasta gospodarstva i u drugom tromjesečju ove godine. U prvom tromjesečju BDP je porastao već 17. kvartal zaredom, za 2,9 posto na godišnjoj razini.

Trgovina kao okosnica hrvatskog gospodarstva

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), u 2024. godini udio trgovine u bruto domaćem proizvodu (BDP) izraženom u tržišnim cijenama iznosio je 24,6 posto, u zaposlenosti pravnih osoba 15,3 posto i u broju aktivnih pravnih osoba 14,5 posto. Ovi podaci jasno pokazuju da je trgovina jedna od najvažnijih gospodarskih djelatnosti u Hrvatskoj.

U 2024. godini realni promet u trgovini na malo kumulativno je povećan za 7,7 posto na međugodišnjoj razini i rastao je tijekom cijele godine u svim mjesecima. Ono što je posebno važno jest činjenica da je glavni pokretač rasta maloprodaje u 2024. bila veća količina kupljenih proizvoda i usluga, a ne samo rast cijena.

Analiza po sektorima pokazuje različite dinamike rasta. Najveći porast prometa ostvarile su prodaja u ljekarnama (22,0 posto), prodaja motornih vozila, dijelova i pribora za motorna vozila, motocikala i dijelova (17,4 posto) i prodaja u ostalim nespecijaliziranim prodavaonicama (11,2 posto).

Konsolidacija tržišta se nastavlja

Jedna od ključnih karakteristika hrvatskog trgovinskog sektora je kontinuirani proces konsolidacije. U 2024. godini smanjen je broj aktivnih pravnih osoba u trgovini za 1,8 posto (468 u apsolutnom iznosu), dok je broj obrtnika u trgovini povećan za 0,8 posto (72 u apsolutnom iznosu). Ovakvi trendovi ukazuju na zatvaranje nekonkurentnih trgovina, ali i otvaranje malih obrtnika koji prepoznaju svoje prilike na tržištu.

Dugoročno gledano, situacija je još dramatičnija. U posljednjih pet godina smanjen je broj aktivnih pravnih osoba za 11,6 posto (3.428 u apsolutnom iznosu) i broj obrtnika u trgovini za 5,3 posto (485 u apsolutnom iznosu). Ovo smanjenje broja maloprodavača rezultat je rastućih tržišnih pritiska i troškova koji dovode do konsolidacije tržišta i rasta koncentracije tržišnog udjela vodećih maloprodavača.

Tržište rada u trgovini: rast uz izazove

Trgovina na malo zapošljava veliki broj ljudi i u 2024. godini bilježi pozitivne trendove. U 2024. godini zaposlenost u pravnim osobama u trgovini (G) povećana je na međugodišnjoj razini za 3,7 posto (7.958 radnika u apsolutnom iznosu), u trgovini na malo (G47) za 3,7 posto (4.424 u apsolutnom iznosu).

Međutim, hrvatski maloprodajni sektor suočio se s ozbiljnim izazovima u pronalaženju adekvatne radne snage. Kombinacija demografskih promjena i povećane potražnje za radnicima, naročito u sezoni, rezultirala je potrebom za angažiranjem umirovljenika, studenata i stranih radnika. Rekordan broj od 32.573 umirovljenika koji rade u mirovini zabilježen je krajem srpnja, a najviše (oko 5.500) ih je zaposleno u trgovini.

Trgovina na malo tradicionalno zapošljava veliki broj žena - 71,8 posto zaposlenosti u trgovini na malo u 2024. godini, što je povezano s tradicionalnim poslovima u sektoru kao

što su prodaja, rad na blagajni i komunikacijske vještine.

Plaće rastu, ali još uvijek zaostaju

Pozitivno je što su plaće u trgovini značajno porasle. U 2024. godini prosječne mjesečne bruto plaće po zaposlenom u pravnim osobama u trgovini na malo (G47) povećane su za 13,8 posto, a neto plaće za 14,0 posto. Međutim, i dalje postoje značajni izazovi.

U 2024. godini neto plaće u trgovini na malo bile su niže za 9,3 posto u odnosu na trgovinu i za 18,9 posto u odnosu na gospodarstvo, a muškarci su imali za 18,1 posto veću neto plaću po zaposlenom u pravnim osobama u odnosu na žene. Niske plaće povećavaju fluktuaciju radne snage te umanjuju motivaciju i produktivnost zaposlenih.

Makroekonomska stabilizacija podržava rast

Makroekonomsko okruženje u 2024. godini bilo je značajno povoljnije za trgovinu nego u prethodnim godinama. Inflacija je bila 3,0 posto, a glavni izvor rasta cijena bile su cijene hrane, koje su povećane za 3,9 posto. Usporavanje inflatornih pritiska omogućilo je rast realne kupovne moći potrošača.

Bruto marže maloprodavača (postotak razlike između prihoda od prodaje i troškova prodane robe u prihodima od prodaje) u Hrvatskoj su niže u odnosu na EU-27. U 2022. godini udio bruto marže u prihodima od prodaje iznosio

je u Hrvatskoj 13,7 posto, a u EU-27 16,6 posto. Niže marže u kombinaciji s višim troškovima nabave čine poslovanje izazovnijim za hrvatske trgovce.

Digitalizacija još uvijek zaostaje

Unatoč rastućem trendu digitalizacije, internetska prodaja u Hrvatskoj još uvijek nije dosegla svoj puni potencijal. U 2024. godini povećana je kupnja putem interneta (9,8 posto). Istraživanje Državnog zavoda za statistiku pokazuje da je te godine robu i usluge putem interneta kupovalo 52 posto korisnika, što je porast od 2 posto u odnosu na prethodnu godinu.

Kada se uzme u obzir da u trgovini gotovo sva poduzeća imaju pristup internetu, a njih 77 posto ima mrežnu stranicu, ali opseg e-trgovine u odnosu na konvencionalnu trgovinu je još uvijek nizak. Internetska prodaja zauzima samo 19 posto ukupne prodaje roba i usluga, jasno je da postoji značajan prostor za rast.

Vodeći igrači na tržištu

Ljestvicu top 10 trgovačkih lanaca u hrvatskoj maloprodaji i dalje vodi Konzum, na drugom je mjestu Lidl, a Spar je izbio na treću poziciju, pokazuju najnoviji podaci. Vodeći maloprodavači na međugodišnjoj razini povećali su prihode od prodaje za 18,2 posto. Kako su prihodi trgovine na malo u toj godini rasli za 7,5 posto, porastao je tržišni udio vodećih maloprodavača i iznosio je u 2023. godini 43,6 posto.



Koncentracija tržišta još je izraženija u segmentu prehrambenih proizvoda. Udio vodećih deset maloprodavača u 2023. godini iznosio 86,7 posto (u 2022. godini 86,4 posto), dok prvih pet maloprodavača ima tržišni udio od 66,4 posto (66,2 posto u 2022. godini).

Konzum plus, kao vodeći maloprodavač, u toj godini imao 637 prodajnih mjesta (9 više nego prethodne godine) na 320 tisuća kvadratnih metara prodajnog prostora. Međutim, usprkos visokim prihodima, povećao prihode od prodaje za 16,5 posto, dugotrajnu imovinu za 4,3 posto i zaposlenost za 0,9 posto, ali je smanjio dobit prije oporezivanja za 3,9 posto.

S druge strane, Lidl Hrvatska pokazuje snažnu profitabilnost. On je u toj godini povećao prihode od prodaje za 14,3 posto, dugotrajnu imovinu za 7,0 posto i broj zaposlenih za 4,9 posto, a dobit za 8,5 posto.

Financijski izazovi i dalje prisutni

Unatoč rastu prometa i poboljšanju poslovnog okruženja, vodeći trgovci još uvijek se bore s financijskim izazovima. U 2023. godini prosječan

koeficijent ukupne zaduženosti vodećih deset maloprodavača iznosio je 0,641, a koeficijent tekuće likvidnosti 1,307. Kratkoročna imovina vodećih maloprodavača (1,4 milijarde eura) bila je manja od kratkoročnih obveza (1,7 milijardi eura), pa je prema tome financijski rizik povezan s vodećim maloprodavačima i dalje relativno visok.

U europskom kontekstu, Hrvatska pokazuje miješane rezultate. Prema pokazatelju broja zaposlenih po poduzeću, Hrvatska je u grupi zemalja koje imaju okrupnjenu trgovinu na malo. U 2023. godini imala je skoro dvostruko veći broj zaposlenih po poduzeću (10) od prosjeka EU-27 (5).

Međutim, Hrvatska zaostaje za EU-27 u bruto maržama, proizvodnosti rada i plaćama. To ukazuje na potrebu za povećanjem efikasnosti poslovanja i ulaganjem u tehnologiju i obuku zaposlenika.

Trgovina na malo u hrvatskoj ima nižu proizvodnost rada. Promet po zaposlenom bio je u 2022. godini manji za 25,9 posto, a dodana vrijednost po zaposlenom za 43,7 posto u odnosu na prosjek EU-27.

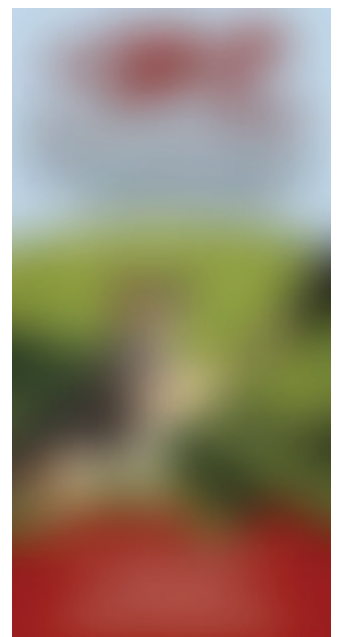
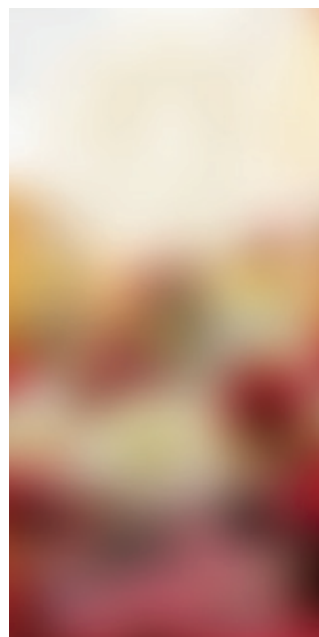
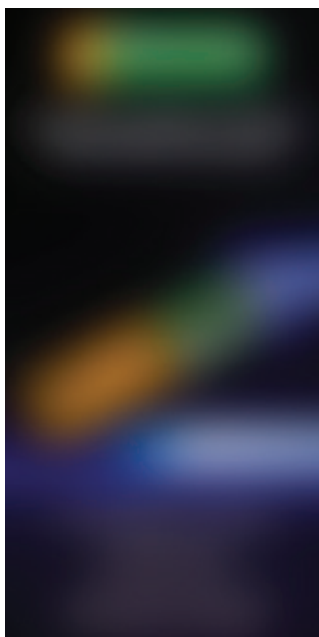
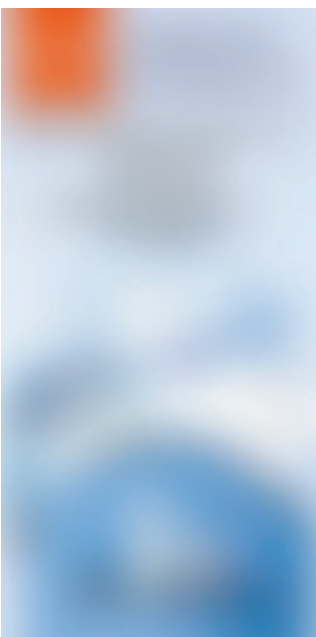
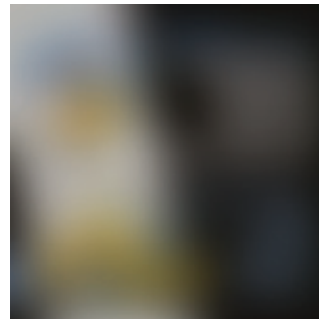
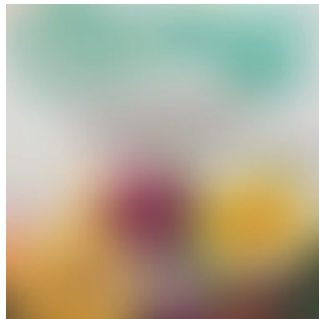
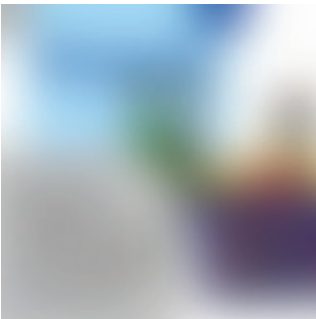
Prognoze za budućnost

Prema prognozama Hrvatske narodne banke, u Hrvatskoj se u idućem razdoblju prognozira blagi oporavak gospodarstva (3,2 posto u 2025.) i potrošnje (4,6 posto), što bi se trebalo pozitivno odraziti na trgovinu na malo. Prognoziraju se i pozitivni trendovi na tržištu rada.

Međutim, postojeći su i rizici. Prognozira se i veći rast cijena hrane (4 posto) i energije (5,8 posto), što opet umanjuje kupovnu moć potrošača. Također, u Hrvatskoj se očekuje veći rast cijena hrane i energije u 2025. i 2026. godini, te će Hrvatska i u iduće dvije godine opet biti među zemljama EU-a s najvećim rastom cijena.

Izazovi i prilagodbe za budućnost

Hrvatski trgovinski sektor mora se prilagoditi značajnim strukturalnim promjenama. Glavni trendovi koji će utjecati na trgovinu na malo i kojima se maloprodavači trebaju prilagoditi u idućem razdoblju su kulturološke i demografske promjene (starenje stanovništva, migracije, smanjenje broja stanovnika u ruralnim područjima).



jima, multikulturalnost i veći broj samaca).

Tehnološka transformacija također predstavlja ključni izazov. U budućnosti će se puno voditi računa o održivom razvoju i konkurentnosti u pogledu cijena i primjene novih tehnologija u području umjetne inteligencije, traženja personaliziranog iskustva i doživljaja, kupnji putem pošte, interneta, mobitela i društvenih mreža.

Reakcija potrošača i bojkoti

Početak 2025. godine označen je i potrošačkim protestima. Tijekom siječnja i veljače 2025. godine u Hrvatskoj bio bojkot maloprodajnih lanaca kao reakcija na rastuće cijene osnovnih proizvoda. Prvi bojkot održan je 24. siječnja, potaknut inicijativom potrošačke platforme „Halo, inspektore“.

Prema podacima sustava fiskalizacije, broj izdanih računa 24. siječnja bio je 44 posto manji u usporedbi s petkom tjedan dana ranije (17. siječnja), dok je ukupan iznos računa pao za 53 posto. Međutim, dugoročni utjecaj bojkota na cijene bio je ograničen.

Ključne preporuke za sektor

Stručnjaci ističu nekoliko ključnih područja za poboljšanje. Za daljnji rast trgovine na malo u Hrvatskoj, u svjetlu postojećih izazova kao što su niska kupovna moć, visoke cijene, nedostatak radne snage, demografske promjene i konkurencija, mogući su sljedeći ciljevi za maloprodavače: 1) povećanje proizvodnosti rada (ulaganje u tehnologiju, automatizaciju, digitalizaciju, edukaciju i obuku zaposlenika, poboljšanje radnih uvjeta zaposlenika s naglaskom na plaće), 2) optimizacija troškova, 3) rast prihoda od prodaje otvaranjem novih kanala prodaje ili boljim korištenjem postojećih kanala.

Posebno se ističe potreba za prilagodbu ponude sukladno demografskim promjenama usmjerenjem na ekološke proizvode, ponudu za starije, samce i strance, e-trgovinu s dostavom.

Zaključak

Hrvatski trgovinski sektor u 2024. godini pokazao je značajnu otpornost i sposobnost oporavka nakon turbu-

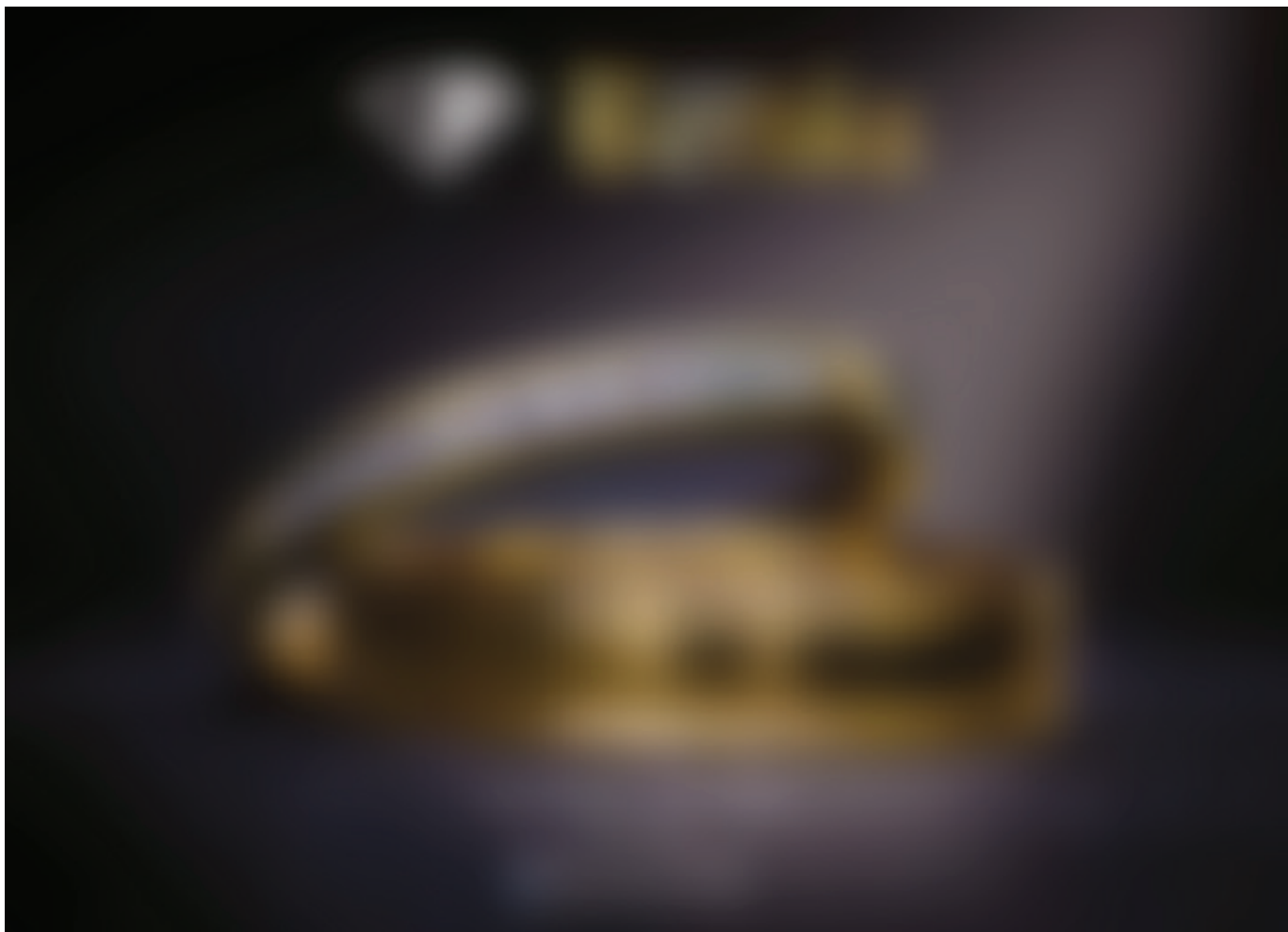
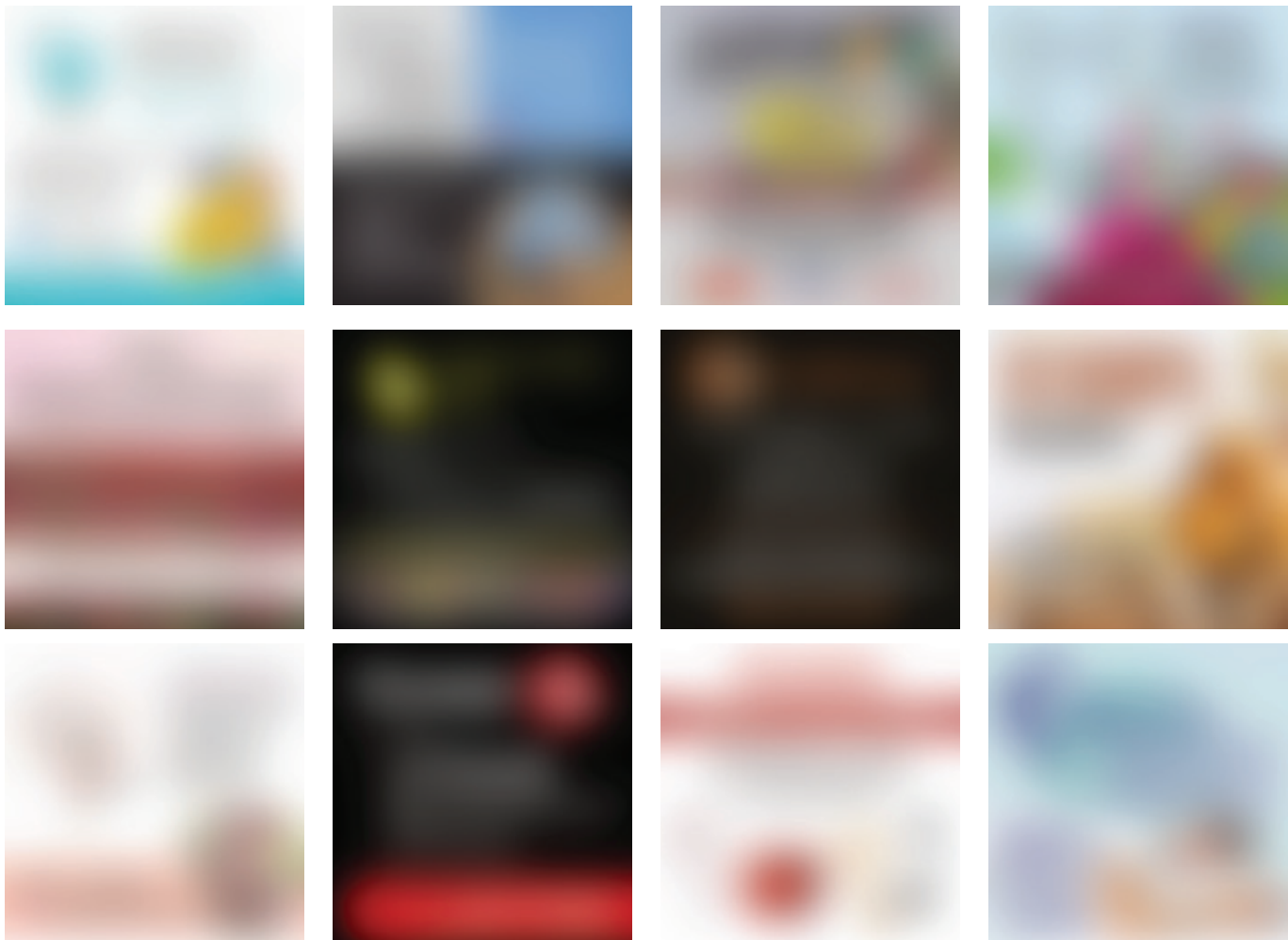
lentnih godina visoke inflacije. Godina 2024. obilježena je postepenim oporavkom gospodarstva i smirivanjem inflatornih pritisaka, što se odrazilo pozitivno na potrošnju i promet u trgovini na malo. I dalje rasta koncentracija tržišnog udjela vodećih maloprodavača.

Kontinuirani rast preko 26 mjeseci, povećanje zaposlenosti i stabilizacija inflacije pozitivni su signali za budućnost. Međutim, sektor se i dalje suočava s ozbiljnim izazovima - od financijskih problema vodećih trgovaca, preko demografskih promjena, do potrebe za tehnološkom transformacijom.

Uspjeh hrvatske trgovine u nadolazećem razdoblju ovisit će o sposobnosti prilagođavanja novim tržišnim uvjetima, investiranju u tehnologiju i ljudske resurse te pronalaženju ravnoteže između kontrole troškova i osiguravanja kvalitete usluge za krajnje potrošače. S obzirom na strateška ulaganja i reformske napore, hrvatski trgovinski sektor ima potencijal za daljnji rast i približavanje europskim standardima.

Raif Okić







ZDRAVSTVO

Poseban sektor koji Hrvatskoj osigurava prihode i izvan sezone

Strateške investicije potvrđuju da se u zdravstvenom turizmu vidi izniman razvojni potencijal

Ako je Hrvatska već dugi niz godina prepoznata kao turistička destinacija, veliki dio prihoda i aktivnosti i dalje se koncentriraju na tek nekoliko ljetnih mjeseci. Međutim, s ciljem stvaranja održivog turizma koji traje tijekom cijele godine, sve više se pažnje posvećuje sektorima koji mogu potaknuti posjet izvan glavne sezone. Na vrhu te liste nalazi se zdravstveni turizam.

Zdravstveni turizam u Hrvatskoj obuhvaća tri ključna oblika: medicinski turizam, lječilišni ili rehabilitacijski turizam te spa i wellness turizam. Svi oni sve više doprinose turističkoj slici zemlje, a strateške investicije potvrđuju da se u ovom području vidi izniman razvojni potencijal.

Hrvatska gospodarska komora (HGK) priopćila je početkom 2025. godine da je u tijeku modernizacija čak 18 specijalnih bolnica i lječilišta diljem zemlje, u sklopu investicijskog ciklusa većeg od 170 milijuna eura, od čega je više od 120 milijuna bespovratnih sredstava. Takve brojke jasno pokazuju ozbiljnost pristupa i namjeru države da ojača ovaj sektor.

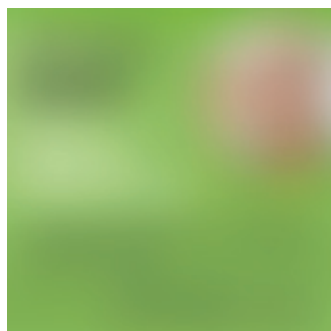
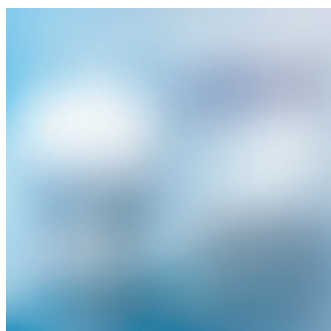
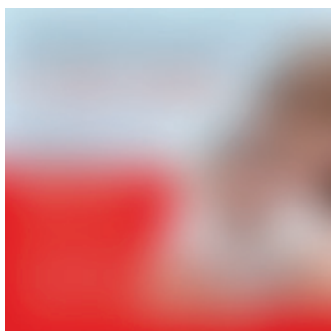
Ministarstvo zdravstva također naglašava važnost razvoja zdravstvenog turizma.

"Svjetski trend putovanja zbog zdravlja utjecao je na razvoj zdravstvenog turizma u Republici Hrvatskoj koja je tradicionalno zdravstveno turistička destinacija ovog dijela Europe. S obzirom na značajne komparativne prednosti Republike Hrvatske za razvoj zdravstvenog turizma, a koje prije svega podrazumijevaju pružanje zdravstvenih usluga na visokoj razini, stručan i kvalificirani kadar, prirodne ljepote i povoljnu klimu, dugu tradiciju u turizmu, blizinu velikim tržištima, visoku sigurnost zemlje te konkurentne cijene, zdravstveni turizam je proizvod s visokim potencijalom rasta", navedeno je na internetskoj stranici Ministarstva.

"Republika Hrvatska je već sada prepoznata kao destinacija koja pruža usluge medicinskog turizma - usluge dentalne medicine, estetske medicine, usluge oftalmologije i optometrije, ortopedije, onkologije i ostale. Zdravstvene usluge u zdravstvenom turizmu mogu pružati zdravstvene ustanove, trgovačka društva



za obavljanje zdravstvene djelatnosti i privatni zdravstveni radnici. Lječilišne usluge mogu pružati samo specijalne bolnice i lječilišta. Usluge medicinskog wellnessa mogu pružati zdravstvene ustanove, trgovačka društva za obavljanje zdravstvene djelatnosti, privatni zdravstveni radnici, turistička ambulanta i druga pravna osoba koja, u skladu s posebnim propisom,





još iz doba Rimskog carstva kada su se počeli koristiti prvi izvori mineralnih voda, a primjer su Varaždinske Toplice. Svakako je zlatno doba bilo za vrijeme Austro-Ugarske monarhije kada su destinacije poput Opatije, Hvara, Lošinja ili Crikvenice bile zimske destinacije aristokracije koja je dolazila zbog ljekovitih učinaka mora i blage mediteranske klime", dodala je.

Ministarstvo turizma i sporta, u sklopu Strategije održivog razvoja turizma do 2030. godine, posebno ističe važnost ulaganja u turističku infrastrukturu na kontinentu, kako bi se potaknula ravnomjerna regionalna razvijenost. U tom kontekstu, zdravstveni turizam prepoznat je kao ključna poluga razvoja.

Analiza Ekonomskog instituta Zagreb pokazala je da ulaganje od 60 milijuna eura u zdravstveni turizam može kratkoročno generirati više od 1,13 milijardi eura dodatnih investicija.

S obzirom na potrebu za razvojem tog oblika turizma, zanimljivo je vidjeti kako su u 2024. godini poslovale neke od najpoznatijih toplica u Hrvatskoj, a to su Terme Tuhelj, Terme Sveti Martin i Krapinske Toplice, odnosno Aquae Vivae Krapinske Toplice.

Terme Tuhelj lani su imale ukupne prihode u iznosu od 13,32 milijuna eura i rashode od 12,59 milijuna pa im je dobit iznosila 727.818 eura, prema podacima bonitetne kuće CompanyWall. Toplice Sveti Martin bilježile



su prihode od 12,33 milijuna eura i rashode od 10,60 milijuna eura. Dobit im je iznosila 1,73 milijuna eura. Aquae Vivae Krapinske Toplice bilježile su ukupne prihode u iznosu od 3,09 milijuna eura i rashode od 2,37 milijuna, a dobit u prošloj godini im je iznosila 1,31 milijun eura.

Prema navedenim podacima, jasno je da su Toplice Sveti Martine imale najveću dobit u 2024. godini, ali i da je ulaganje u zdravstveni turizam isplativo te da može doprinijeti razvoju lokalnih zajednica.

Hrvatska ima sve uvjete da postane jedna od vodećih destinacija zdravstvenog turizma u Europi. Uz strateška ulaganja, podršku institucija i stručni kadar, ovaj oblik turizma može značajno produžiti sezonu, ojačati kontinentalni turizam i stvoriti novu, održivu vrijednost za nacionalno gospodarstvo.

Vladana Kovačević

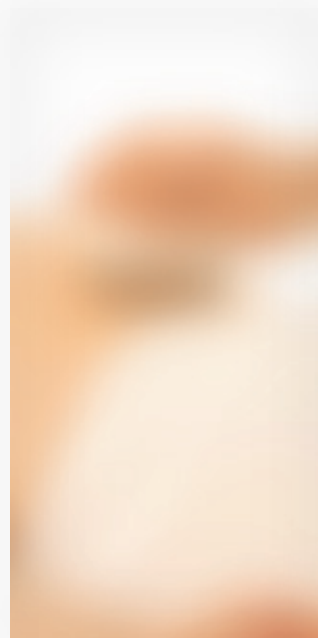
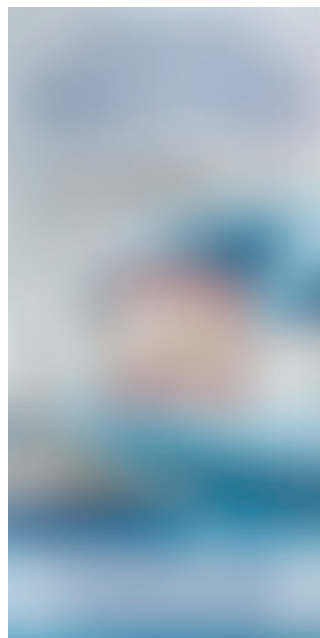
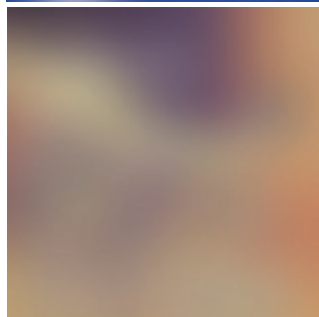
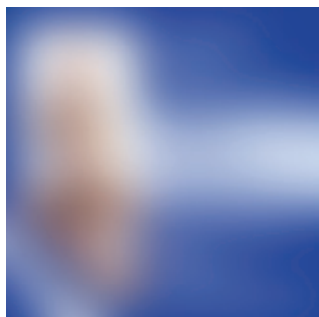
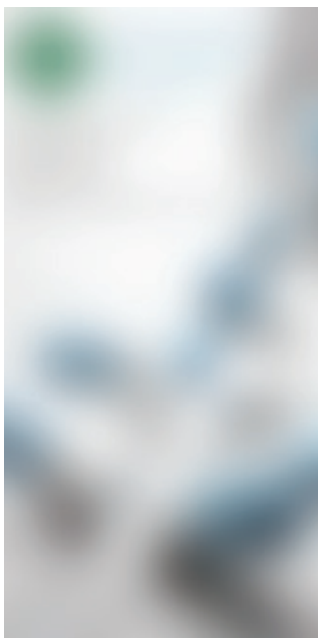
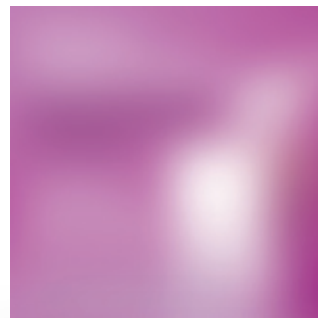
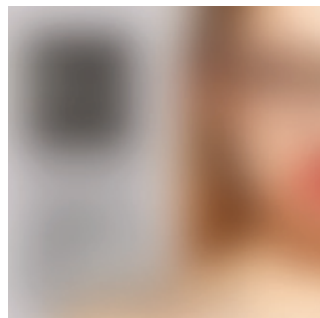
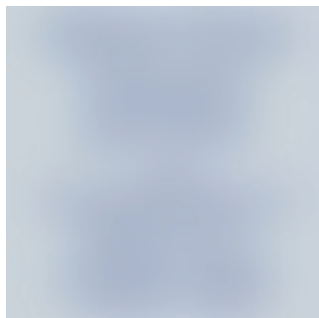
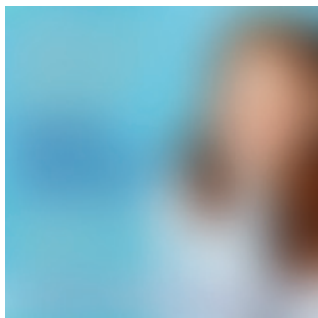
obavlja ugostiteljsku djelatnost i/ili pruža usluge u turizmu", dodali su u objavi.

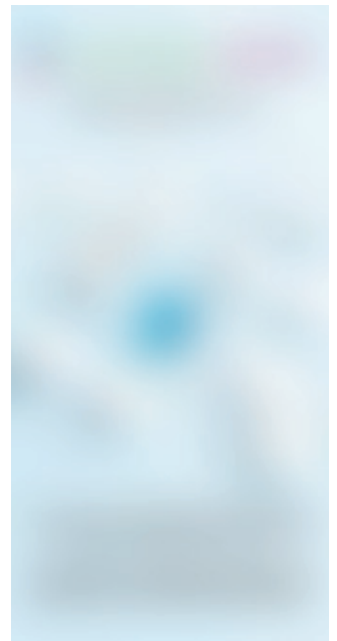
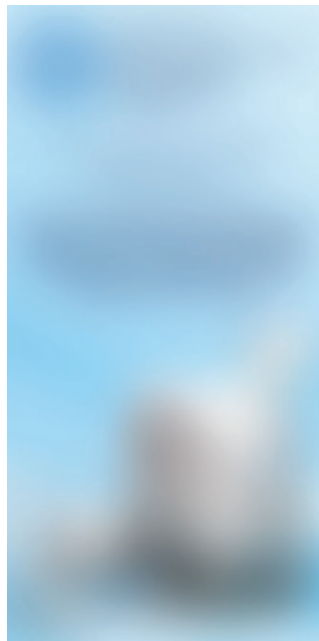
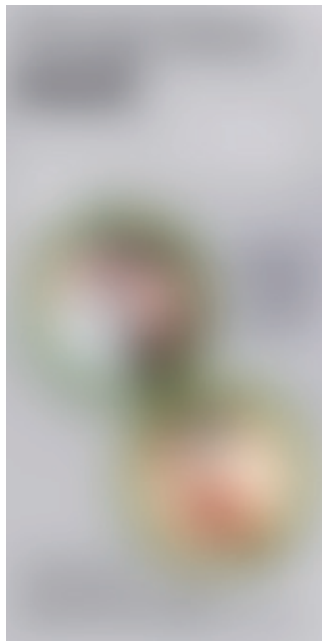
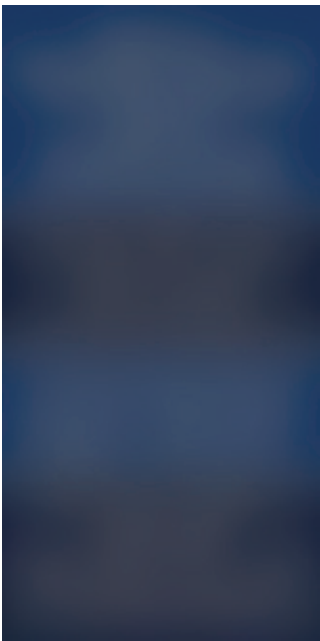
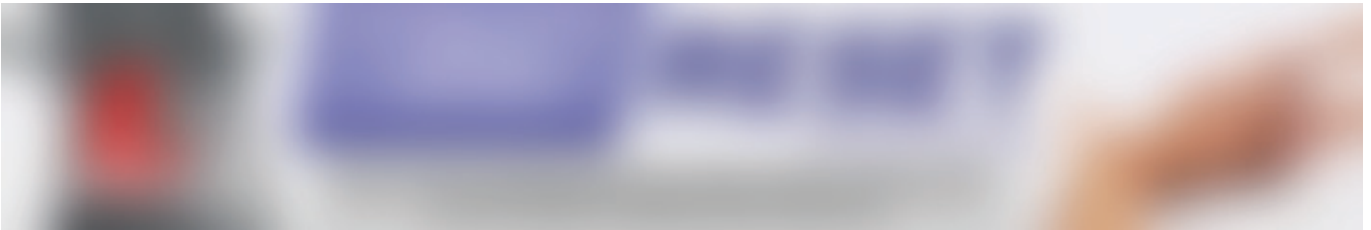
U ožujku 2025. smo o zdravstvenom turizmu razgovarali s Lanom Petrović Blajić iz Sektora za turizam Hrvatske gospodarske komore (HGK). Ona nam je tada rekla da su u Hrvatskoj razvijena sva tri glavna oblika zdravstvenog turizma te da najveći broj dolazaka i prihoda ostvaruju poliklinike koje pružaju dentalne usluge, rade medicinske zahvate i rehabilitaciju.

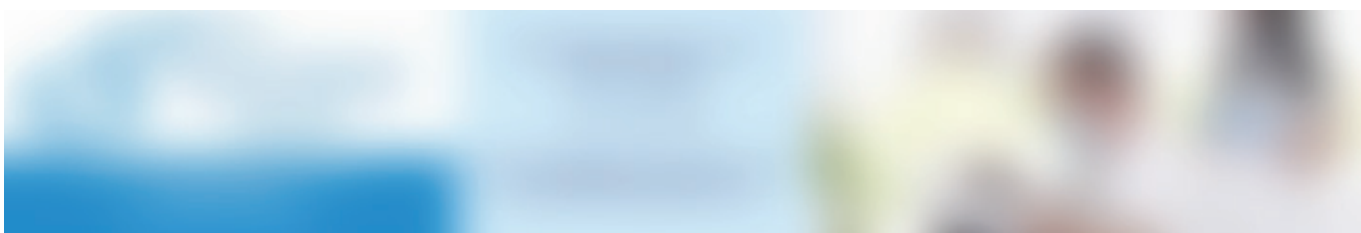
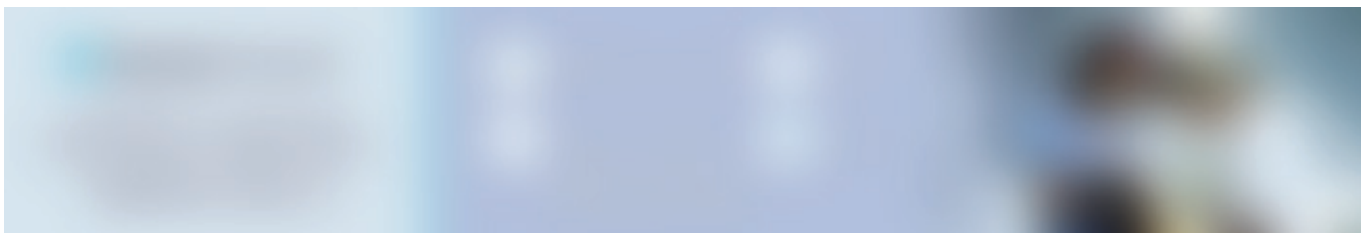
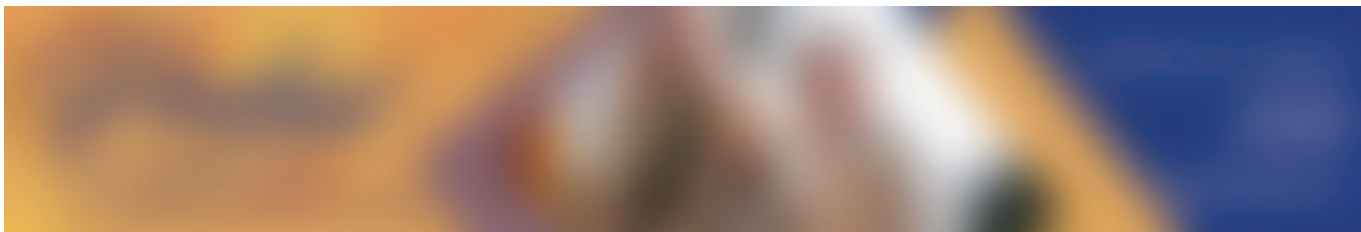
"Medicinski turizam uključuje širok spektar usluga, od estetske kirurgije do složenijih medicinskih tretmana, a još uvijek smo najpoznatiji po dentalnom turizmu", kazala je Petrović Blajić.


"Najdužu tradiciju na našim prostorima ima lječilišni turizam koji datira











AUTO MOTO I TRANSPORT

Sve veći udio hibrida

Rabljena vozila iz uvoza i dalje najpopularnija u Hrvatskoj

Prosječna starost osobnih automobila u 2024. bila je 13,9 godina dok ukupna starost vozila iznosi 14,6 godina, što nakon dugo vremena prvi put predstavlja stagnaciju u Hrvatskoj.



Uvozna vozila su i dalje na cijeni

U drugom tromjesečju ove godine broj prvi put registriranih novih osobnih vozila u Hrvatskoj iznosio je 21.326 što je bitno više no u prvom tromjesečju kada ih je bilo 5.350, objavio je Državni zavod za statistiku (DZS) pozivajući se na podatke prikupljene od Ministarstva unutarnjih poslova (MUP).

S druge pak strane broj prvi put registriranih polovnih osobnih vozila iznosio je u drugom tromjesečju 28.248 dok je u prva tri mjeseca ove godine brojka bila 32.543. Brojke pokazuju da se hrvatski građani i tvrtke

više odlučuju na kupnju uvezenih rabljenih vozila no na kupnju potpuno novih automobila.

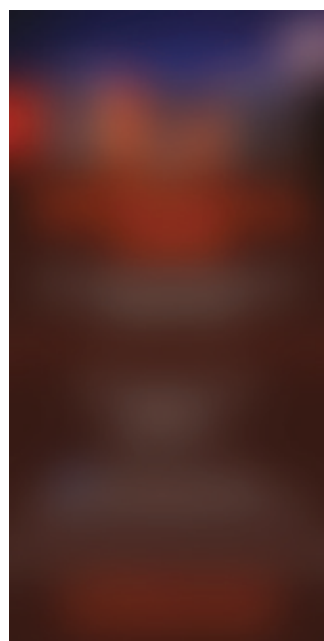
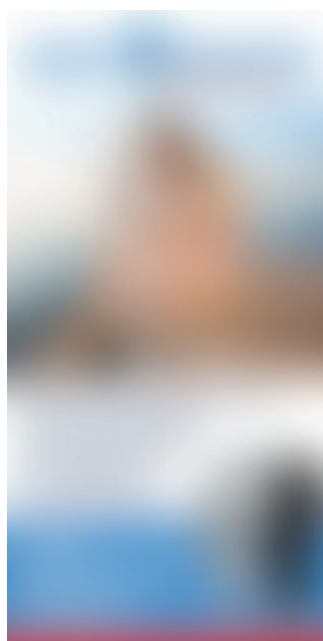
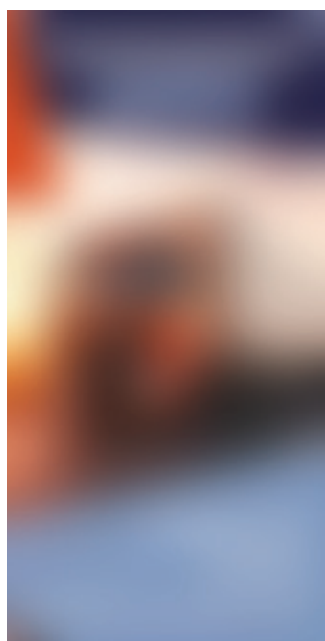
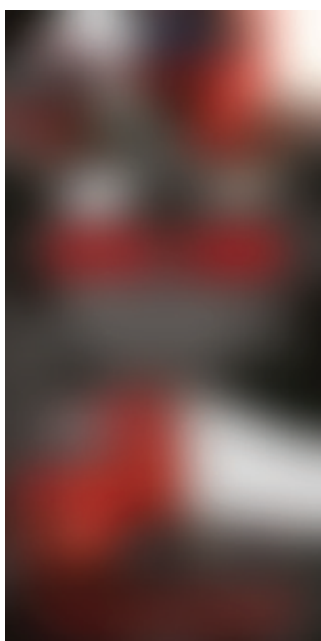
Samo u lipnju su ukupno prvi put registrirana 7.853 osobna automobila od čega je na rabljene otpala brojka od 6.374 primjerka.

Podaci DZS-a donose pregled za različite kategorije cestovnih vozila, pa su tako u prva tri mjeseca bila prvi put registrirana dva nova mopeda, ali i 552 polovna. U drugom kvartalu broj prvi put registriranih novih mopeda popeo se na 340 od čega samo u lipnju 162. Kod rabljenih je također u drugom kvartalu zabilježen rast na 826 primjerka.

Očito su te brojke odraz većeg interesa s dolaskom ljepšeg vremena.

Slično se može zapaziti kod motocikala gdje ih je u prvom tromjesečju bilo 283 prvi put registriranih novih primjeraka da bi u drugom kvartalu brojka skočila na 1.997. Kod rabljenih motocikala po prvi put ih je u Hrvatskoj u prva tri mjeseca registrirano 2.247, a onda u iduća tri 4.169.

Kod autobusa je od siječnja do ožujka bilo 29 prvi put registriranih novih vozila, a od travnja do lipnja 70. Zato ih je u kategoriji rabljenih u prvom kvartalu bilo 266, a u drugom 159. Zanimljivo je da su dva prvi put





striranih cestovnih vozila bio 2.663.874, što je u odnosu na 2023. bio rast za 4,3 posto.

Od toga je na osobna vozila otpadalo 1.987.156 komada, a to je naspram godine ranije bilo četiri posto više.

Broj prvi put registriranih cestovnih vozila iznosio je u 2024. 213.491 i to je bio godišnji rast od 12,3 posto.

Najveći je zabilježen kod motocikala, i to za 20,1 posto, nakon čega slijede kamioni s 19,7 posto i mopedi s 13,6 posto.

Kod prvi put registriranih novih i rabljenih osobnih vozila porast je bio 12,1 posto, a ukupna je brojka bila 154.257 primjeraka. U slučaju autobusa rast je bio 11 posto te kod traktora 0,3 posto.

U statistiku registracije cestovnih vozila još se ubrajaju prikolice, cestovni tegljači, poluprikolice i specijalna vozila. U stanicama za tehnički pregled lani su bile 214.224 prve registracije vozila što je 23.401, odnosno 12 posto više u odnosu na prethodnu godinu, a prosječna starost vozila bila je 14,6 godina, isto kao i 2023., objavio je Centar za vozila Hrvatske.

Prošle godine objavljeno je 159.563 vozila, što je međugodiš-

nji rast od 20,6 posto. Produženo je 2.446.940 prometnih dozvola, što je za 4,2 posto više u odnosu na prethodnu godinu. Prema podacima Centra za vozila Hrvatske, lani je obavljeno 2.497.056 redovnih tehničkih pregleda vozila svih kategorija, a njih 427.256, odnosno 17 posto bilo je neispravno.

Prosječno neispravno vozilo, piše Hina, imalo je šest grešaka. Najviše ih je utvrđeno na uređajima koji omogućuju normalnu vidljivost (22,9 posto) i na uređajima za kočenje (22,3).

Prosječna starost osobnih automobila bila je 13,9 godina dok ukupna starost vozila iznosi 14,6 godina, što nakon dugo vremena prvi put predstavlja stagnaciju u Hrvatskoj.

Vidljiv je i veliki porast osobnih vozila na hibridni pogon. U 2024. u Hrvatskoj je zabilježeno 70.608 takvih vozila, dok ih je godinu ranije bilo 44.311. Broj registriranih vozila na električni pogon lani je iznosio 9.987, što je također značajno više u odnosu na 2023. godinu kada ih je bilo 7.032.

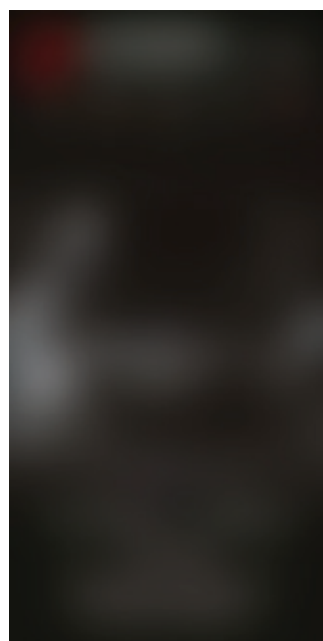
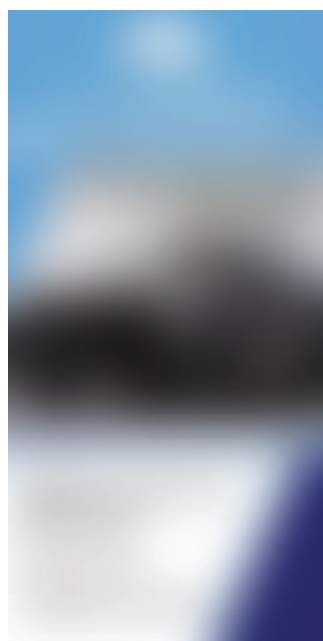
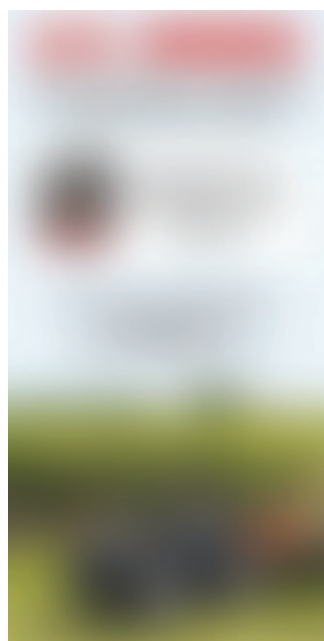
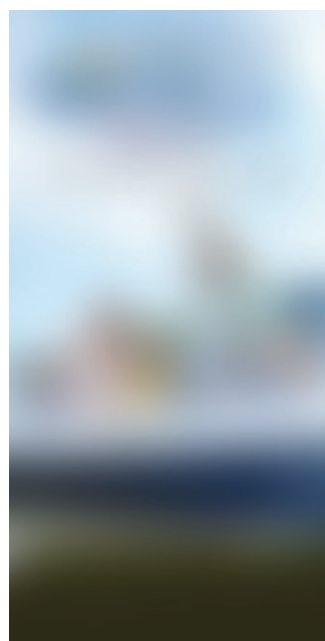
Igor Ilić

registrirana rabljena autobusa registrirale fizičke osobe.

U slučaju kamiona brojke su veće, pa ih je u prvom tromjesečju po prvi put bilo registrirano 340 novih, a u drugom 1.384. Kod prvi put registriranih rabljenih kamiona brojka je 5.860 za prvi i 4.719 za drugi kvartal.

Konačno, kod traktora je slučajeva prve registracije novih vozila u prvom tromjesečju bilo 122, a u drugom 1.142. U slučaju rabljenih prvi put ih je registrirano od siječnja do kraja ožujka 1.436, a od travnja do kraja lipnja 1.800.

Pogledamo li podatke za proteklu godinu, vidi se da je broj ukupno regi-





MG Cyberster

FOTO: MG HRVATSKA

Počeci pobjede?

Hrvatska postaje sve zanimljivije tržište za kineske proizvođače osobnih vozila

U prvih pet mjeseci ove godine su svi kineski brendovi ostvarili tek 910 registracija u Hrvatskoj

Kineski proizvođači osobnih vozila sve više osvajaju hrvatsko tržište, polako ali sigurno produbljujući svoj utjecaj u regiji i postavljajući temelje za značajan rast u sljedećim godinama. Iako kineski automobili još uvijek ne ulaze među najprodavanije marke u Hrvatskoj, njihov dolazak i proširenje ponude pokazuju jasan trend promjene na tržištu automobila. U prvih pet mjeseci 2025. godine na hrvatskom tržištu registrirano je ukupno 32.478 novih osobnih automobila, prema podacima Promocije Plus, a na vrhu ljestvice ostaju tradicionalni evropski brendovi poput Škode, Volkswagena i Renaulta, koji i dalje uživaju u jakom povjerenju kupaca i imaju razvijenu prodajnu mrežu.

Međutim, ispod površine ovog poznatog poretka odvija se tiha, ali sustavna promjena – kineske marke polako, ali sigurno stvaraju svoj prostor, posebice u električnom segmentu, gdje sve više dominiraju tehnološkom prednosti, konkurentnim cijenama i inovativnim pristupom. Zajedno, svi kineski brendovi – uključujući Geely, MG, Forthing, BYD, Lynk & Co, Jaecoo, Omoda, Dongfeng, Voyah i XPeng – ostvarili su 910 registracija, što predstavlja 2,8 posto ukupnog tržišnog udjela u razdoblju siječanj-svibanj 2025. godine. Iako taj udio može zvučati skroman, on predstavlja čvrst temelj za budući rast, naročito kada se uzme u obzir da neki od ovih brendova još nisu ni službeno pokrenuli prodaju u Hrvatskoj.

U tom razdoblju, najuspješniji kineski proizvođač na hrvatskom tržištu bio je Geely, s ukupno 357 prodanih vozila, što ga smješta na 21. mjesto u ukupnoj ljestvici registracija. Iako to nije visoko pozicioniranje, Geely je time pretekao brojne poznate marke poput Jeepa, Minija, Fiata, Lexusa, Honde, pa čak i Tesle, što ukazuje na njegov rastući prihvat. Iza njega slijedi MG s 220 prodanih vozila, dok Forthing, koji je još nedavno bio potpuno nepoznat na domaćem tržištu, bilježi 214 prodaja, što je iznenađujuće i pokazatelj da tržište otvara prostor za nove igrače. BYD, jedan od najambicioznijih kineskih proizvođača, ostvario je 71 prodano vozilo, dok Lynk & Co bilježi 37, a ostale marke poput Jaecoo (4), Omoda (3), Dongfeng (2), Voyah (1) i

XPeng (1) još uvijek imaju vrlo ograničenu prisutnost. Važno je napomenuti da nijedan model iz kineskih brendova nije ušao među 20 najprodavanijih automobila u Hrvatskoj, ali njihova prepoznatljivost i broj registracija postupno raste, što ukazuje na sve veću otvorenost potrošača prema alternativnim opcijama.

Jedna od ključnih prednosti kineskih proizvođača leži u njihovom jasnom fokusu na električni pogon. Brendovi poput BYD-a i XPenga temelje svoj identitet na električnim vozilima, dok Geely, Lynk & Co i MG također nude snažnu ponudu električnih i hibridnih modela. Međutim, hrvatsko tržište još uvijek ne prihvaća električna vozila u većem opsegu, što je rezultat kombinacije faktora kao što su slaba razvijenost mreže punionica, visoke početne cijene vozila i nesigurnost potrošača oko dugoročne upotrebe i održavanja baterija. Zbog toga, većina prodanih kineskih automobila u Hrvatskoj temelji se na vozilima s motorima s unutarnjim izgaranjem ili blagim hibridima, koji su pristupačniji i zahtijevaju manje promjena u navikama vožnje. Ipak, kineski brendovi pokazuju izuzetnu snagu u električnom segmentu, gdje imaju znatno veći udio nego u ukupnoj prodaji. U prvih pet mjeseci 2025. u Hrvatskoj je registrirano svega 347 potpuno električnih vozila, što potvrđuje sporu elektrifikaciju domaćeg tržišta. Unatoč tome, kineski proizvođači drže skoro 11 posto tržišnog udjela u tom segmentu, što je gotovo četiri puta više od njihovog udjela u ukupnoj prodaji novih automobila. Ovaj podatak jasno pokazuje da ki-

neski brendovi nisu samo prisutni, već su i konkurentni igrači u električnom tržištu, posebice kada je riječ o pristupačnosti i tehnološkoj nadmoći.

Među modelima koji su dosad privukli najviše pažnje potrošača u Hrvatskoj nalaze se Geely Coolray, kompaktni SUV poznat po izuzetno bogatoj opremi i atraktivnoj cijeni, te MG ZS, koji je popularan zbog dobrog omjera cijene i kvalitete. Forthing T5 EVO iznenadio je tržište i pokazao se kao ne očekivani hit, što govori o tome da kineski proizvođači sve bolje razumiju lokalne preferencije. BYD Dolphin Surf, koji je tek stigao krajem svibnja, već je privukao značajan interes kupaca koji traže električnu alternativu ispod psihološke granice od 25.000 eura, što može značajno potaknuti rast prodaje ovog brenda u drugoj polovici 2025. godine. Očekuje se da će Omoda i Jaecoo službeno krenuti s prodajom u srpnju, što znači da će se njihov utjecaj možda vidjeti tek u drugoj polovici godine, dok je službeni dolazak XPenga potvrđen, iako datum pokretanja prodaje još nije poznat. S obzirom na trenutni rast i planirano proširenje ponude, realno je očekivati znatno veće brojke do kraja 2025. godine, a posebice u narednim godinama, kada se očekuje ubrzanje elektrifikacije i jačanje infrastrukture za punjenje.

Posebnu pozornost zaslužuje dolazak BYD-a, kineskog proizvođača električnih automobila koji je u posljednjih nekoliko godina postao najveća kineska autokompanija i najveći konkurent američkoj Tesli na globalnoj razini. Prema podacima slovenskog

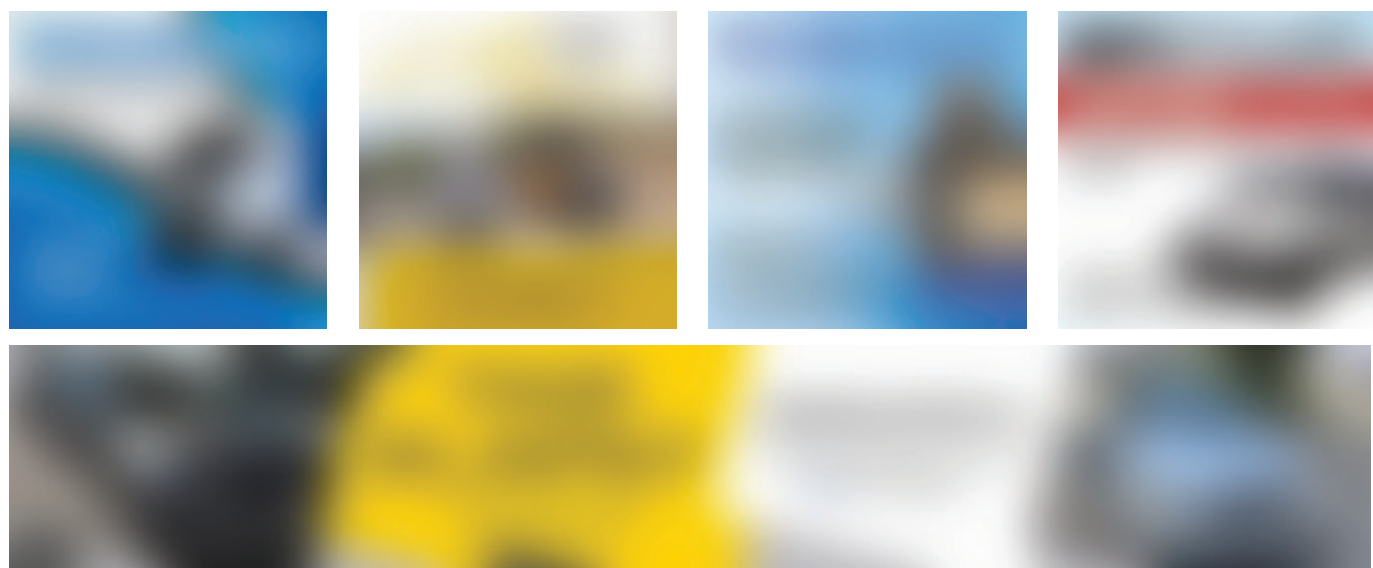
portala Sio1Net, BYD trebao bi uskoro otvoriti svoj prvi autosalon u Hrvatskoj, u Savskoj ulici u Zagrebu, a hrvatska podružnica bi trebala biti zadužena i za prodaju na teritoriju susjedne Slovenije. Ovaj potez potvrđuje strategiju kineskog brenda da Hrvatsku vidi kao ključno poslovno čvorište u regiji, što naglašava rastuću važnost Zagreba kao centra za upravljanje tržištima u središnjoj i jugoistočnoj Europi. Prvi BYD-jev prodajni salon u Hrvatskoj trebao bi početi s radom do kraja ožujka ili početkom travnja, a planirano je da nudi modele Seal, Seal U i Dolphin Surf. Prva dva modela na europskom tržištu koštaju oko 45.000 eura, dok Dolphin Surf, kao pristupačniji model, ima potencijal privući širu kupovnu grupu, posebice one koje traže ekonomično električno vozilo za svakodnevnu upotrebu.

BYD trenutno još ostvaruje većinu svoje prodaje na domaćem, kineskom tržištu, ali europska prodaja konstantno raste. Prema analitičkoj platformi Dataforce, u zemljama EU,



FOTO: LYNK AND CO SEE

Podvozje modela 08 tvrtke Lynk and Co čiji dolazak u Hrvatsku se očekuje uskoro



BYD SEAL



FOTO: BYD HRVATSKA

EFTA-e i Velike Britanije BYD je u 2024. godini prodao nešto manje od 50.000 vozila, što je gotovo trostruko više od 18.000 primjeraka prodanih 2023. godine. Iako je to još uvijek gotovo pet puta manje od 243.000 vozila koje je na istom teritoriju prodao MG – trenutno najuspješniji kineski brend električnih vozila u Europi – BYD ima ambiciozne planove. Prošle godine su najavili cilj da u prvoj fazi zauzmu 5 posto udjela prodaje električnih vozila u Europi, što bi bilo značajan pomak na tržištu koje još uvijek dominiraju evropski proizvođači. Pomoći u ostvarenju ovog cilja trebala bi nova BYD-jeva tvornica u mađarskom Szegedu, koja bi trebala početi s radom u listopadu 2025. godine. Plan je da tvornica godišnje proizvede 150.000 vozila za europsko tržište, s mogućnošću povećanja kapaciteta na 300.000. Druga tvornica, u turskom Izmiru, trebala bi početi s radom u ožujku 2026. godine. Ukupni kapacitet ova dva pogona mogao bi doseći oko pola milijuna vozila godišnje, što bi značajno ubrzalo BYD-jevu ekspanziju i omogućilo izbjegavanje europskih carina na kineska električna vozila, koje su stupile na snagu u srpnju prošle godine.

Europska unija je uvela ove carinske mjere kako bi zaštitila domaću autoindustriju i suzbila utjecaj državnih subvencija koje Kina pruža svojim proizvođačima, što, prema stajalištu EU, čini kineska vozila nepravedno jeftinima. Carinski porez ovisi o proizvođaču, a najniži je za vozila BYD-a – 17,4 posto – dok je najviši za vozila

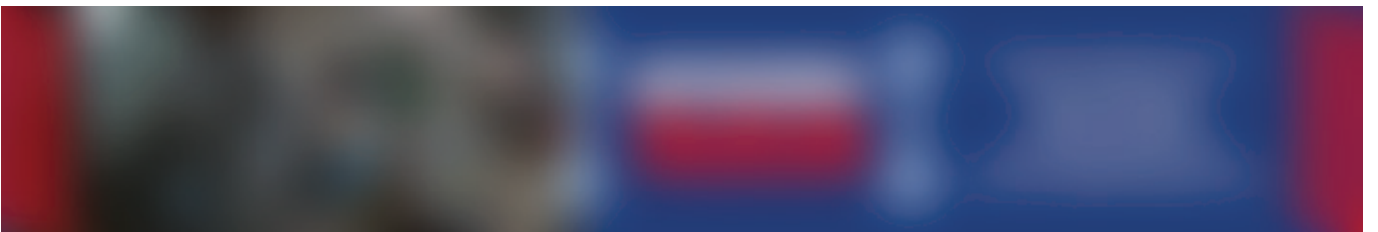
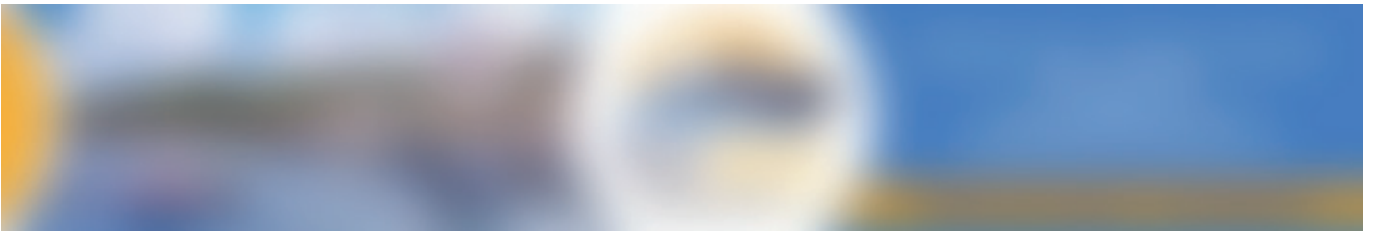
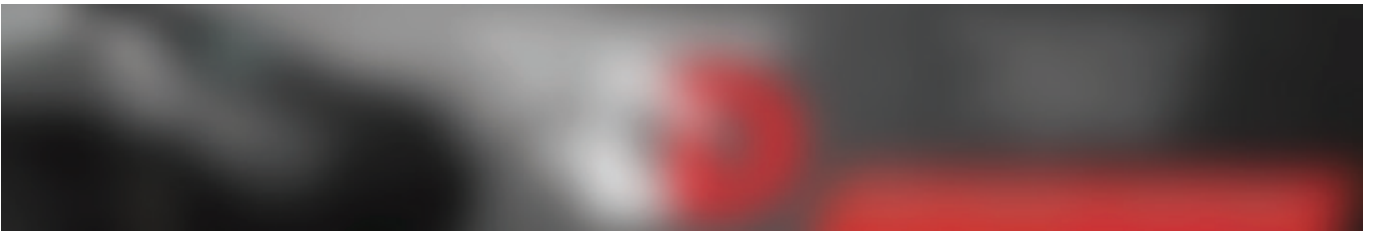
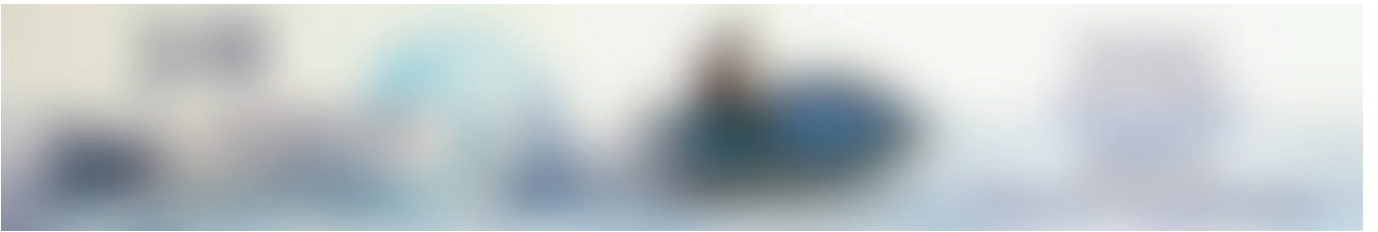
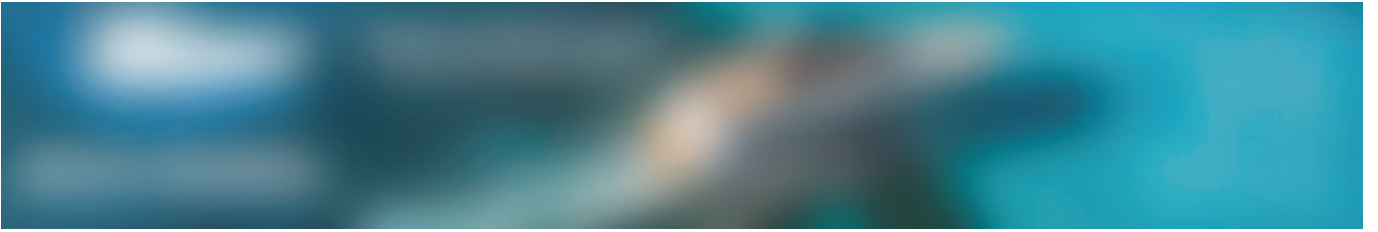
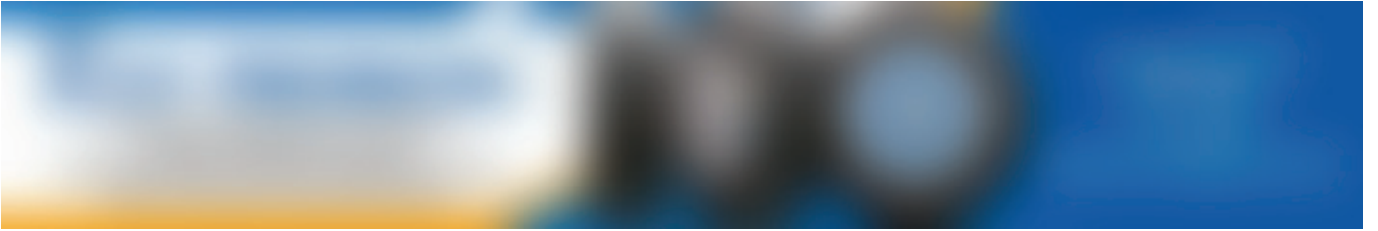
državne kompanije SAIC (37,6 posto). Upravo iz tog razloga lokalna proizvodnja u Europi postaje ključna za kineske brendove, jer im omogućuje očuvanje konkurentnosti i bržu dostavu vozila. Osim toga, BYD je prošle godine najavio zaokret od isključive proizvodnje baterijskih električnih vozila (BEV) prema plug-in hibridnim modelima (PHEV), koji se mogu puniti preko standardne utičnice. Ovaj potez je posebno važan za tržišta u južnoj i istočnoj Europi, gdje kupci još uvijek oklijevaju s prijelazom na BEV vozila zbog nedovoljno razvijene mreže punionica. Plug-in hibridi nude kombinaciju električne vožnje na kraćim udaljenostima i sigurnosti klasičnog motora za duže relacije, što ih čini idealnim prijelaznim rješenjem.

BYD također planira pojačati svoju ofenzivu na europskom tržištu i modelima koji će konkurentirati u segmentu skupljih, premium vozila. Prema portalu Autonews, u planu su brendovi poput Denza, koji bi trebao konkurentirati njemačkim premium modelima, te sljedeće godine brend Yangwang, koji će nuditi luksuzne SUV-ove koji će se natjecati s vozilima poput Land Rovera i Mercedes-Benz. Ovaj strategijski pomak ukazuje na to da BYD ne želi ostati samo proizvođač pristupačnih električnih vozila, već da želi osvojiti i viši segment tržišta, gdje dominiraju tradicionalni evropski proizvođači. Veleposlanik Kine u Hrvatskoj, Qi Qianjin, prilikom potvrde dolaska BYD-a u Hrvatsku, nazvao ga je dijelom šireg ekonomskog partnerstva između dvi-

ju zemalja i važnim korakom u zelenoj tranziciji. Kina, rekao je, opskrbljuje svijet s 70 posto fotonaponskih modula i 60 posto opreme za vjetroelektrane, a s godišnjom proizvodnjom od 13 milijuna električnih vozila, svjetski je lider u tom sektoru. Dolazak BYD-a, prema njegovim riječima, donijet će ekonomsku korist i podržati zelene ciljeve Hrvatske.

U širem kontekstu, BYD-jev pogon u Mađarskoj je prva kineska tvornica automobila na europskom kontinentu, što označava značajan geopolitički i ekonomski pomak. Osim BYD-a, i drugi kineski proizvođači razmatraju proširenje u Europu – SAIC Motor namjerava postaviti vlastitu tvornicu, dok Changan Automobile i Great Wall Motor istražuju mogućnosti izgradnje pogona. Nio, kineski proizvođač električnih vozila, već je uspostavio servisne centre u Njemačkoj, Nizozemskoj, Danskoj i Švedskoj. Uz to, brojne kineske tvrtke poput CATL, Eve Energy i Sunwoda najavile su ulaganja u izgradnju tvornica baterija u Mađarskoj, što ukazuje na dublji i dugoročniji plan za etabliranje u Europi. Kineski automobili u Hrvatskoj još nisu prodajni hit, ali više nisu ni tržišna margina. Geely, MG i Forthing trenutno nose glavni dio prodaje, ali s dolaskom BYD-a, XPenga, Omode i Jaecooa, i s obzirom da mnogi od njih tek pokreću ozbiljne prodajne kanale, svi pokazatelji upućuju na to da će buduće statistike izgledati znatno drugačije.

Raif Okić



Budućnost mobilnosti

Hrvatska polako prelazi na električna vozila: Razvija se i javni prijevoz

Mnoge domaće i strane tvrtke ulažu u postavljanje punionica na našem tržištu

AUTO MOTO I
TRANSPORT

Hrvatska, kao i druge zemlje Europske unije (EU), ulaže u obnovljive izvore energije, pa tako i u transport. Svake godine se povećava broj električnih vozila (EV) u cijeloj zemlji, a u veljači ove godine već je bilo više od 1.800 punionica, od čega ih je 686 brzih i 1.176 sporih. No hoće li Hrvatska uspjeti ispuniti ciljeve EU-a do 2030. godine?

Udio obnovljivih izvora energije u transportu EU-a iznosio je 10,8 posto u 2023. i bio je veći za 1,2 postotna boda nego u godini prije, pokazali su podaci Eurostata, statističkog ureda Europske unije, objavljeni u veljači 2025. godine. Cilj za 2030. je 29 posto, a da bi se taj cilj postigao bilo bi potrebno u prosjeku svake godine povećavati postotak za 2,6 postotnih bodova. Treba napomenuti da je u razdoblju od 2014. do 2023. prosječ-

ni godišnji rast iznosio 0,43 postotna boda.

Prva zemlja koja je već ostvarila cilj za 2030. godinu bila je Švedska koja je u 2023. došla do razine od 33,7 posto, dok je Hrvatska u istoj godini imala najniži postotak od 0,9 posto.

U Hrvatskoj se trenutačno može pronaći više od 50 različitih modela električnih vozila, a ove godine je stigao i BYD (Build Your Dreams). Prvi prodajni salon velikog kineskog proizvođača automobila otvoren je u Zagrebu.

Hrvatska je sredinom 2023. godine, brojala oko 5.850 registriranih električnih vozila i oko 3.000 plug-in hibridnih vozila, a prema EU regulativi, trebala bi postaviti punjače ukupne snage 10.005 kW. To je ekvivalent 200 brzih punionica s 50 kW snage ili 100 ultra-brzih punionica sa 100 kW snage.



Punionica električnih vozila

Prema podacima iz 2025. godine, čini se da je Hrvatska uspjela ostvariti taj cilj.

Sve o punionicama i električnim automobilima najbolje zna Hrvoje Prpić, predsjednik Hrvatske nacionalne udruge za e-mobilnost Strujni krug. Njegova udruga već godinama pomaže ljudima koji su zainteresirani za kupnju i vožnju električnih vozila. On smatra da će do 2032. godine Hrvatska u potpunosti prijeći na EV jer će svaka godina donijeti sve veći rast prodaje takvih vozila.

„To ne znači da u tom trenutku neće biti dizel i benzinskih vozila na cestama, ali će skoro sva novokupljena vozila u Hrvatskoj biti električna“, rekao nam je Prpić i dodao da je trenutačno u Hrvatskoj ukupno 1,9 milijuna osobnih vozila.

Otkrio je i da Strujni krug već tri godine radi na projektu ugradnje punjača u rasvjetne stupove. To je pilot projekt putem kojeg će se broj sporih punjača gotovo udvostručiti. Projekt bi do kraja ove godine trebao zaživjeti u pet ili šest gradova gdje će se ugraditi čak 1.000 sporih punjača i time riješiti problem građana koji nemaju svoj parking, a žive u zgradama.

U svibnju ove godine je Europa zabilježila rast prodaje baterijskih električnih vozila i plug-in hibrida za 36,2 posto na 330.000 jedinica, prema podacima tvrtke za istraživanje tržišta Rho Motion. S rastom prodaje EV ra-



Prvi vlak na baterijski pogon



FOTO: QELO

ste i broj punionica. Nedavno je MOL priopćio da je njihova infrastruktura za punjenje električnih vozila diljem srednje i istočne Europe sada u potpunosti integrirana u međunarodnu roaming mrežu DKV Mobilityja pa će više od 480 novih punionica biti dostupno u šest zemalja regije, a među tim zemljama je i Hrvatska.

Naveli su i da će mreža punionica MOL Plugee biti dostupna putem platforme koju pruža GreenFlux, partnerica DKV Mobilityja.

U punionice ulaže i Qelo, prvi neovisni pružatelj usluga e-mobilnosti u Hrvatskoj koji svoj poslovni model temelji na prognozama europskih statistika prema kojima bi već sljedeće godine na hrvatskim cestama moglo biti 40.000, a 2030. godine čak 200.000 električnih vozila.

Iz ove tvrtke su priopćili da se najnovije lokacije Qelo punjača nalaze u prostorima Stop Shop retail parkova u Čakovcu, Đakovu i Vinkovcima i da je riječ je o punjačima od 100 kilovata (kW) s dva priključka i mogućnošću nadogradnje, dok je otvaranje Qelo punionice u Novoj Gradišci predviđeno najesen.

„Što se tiče lokacija super brzih punjača za e-vozila, najnovija Qelo punionica Rovinj City s četiri priključka i kapacitetom punjača od 400 kW očekuje se tijekom lipnja dok se druga Rovinj Shop nalazi na prilaznoj cesti, na samom ulasku u grad. Broj

korisnika Qelo usluge i Qelo kartice porastao je u posljednjih nešto više od mjesec dana za 15 posto, na 3.300, što je nešto više od trećine ukupnog broja vlasnika električnih automobila u Hrvatskoj”, naveli su i dodali da je u procesu projektiranja ili ishođenja potrebnih suglasnosti za još desetak punionica u našoj zemlji.

Kao predvodnik zelene energetske tranzicije, E.ON Hrvatska je lansirao kućne punionice Wallbox Pulsar PRO, uz koje kupci mogu sigurno puniti električni automobil unutar vlastitog doma. E.ON-ova punionica ima punjač tipa 2 (Type2) i kompatibilna je sa svim automobilima koji s takvim priključkom mogu puniti bateriju.

Uz osobne automobile, u Hrvatskoj se ulaže i u elektrifikaciju javnog prijevoza. Tako je u ožujku ove godine u promet pušten prvi električni autobus u Zagrebu, a u svibnju je pušten drugi. Grad Zagreb planira ove godine imati četiri takva autobusa, a ostala dva se očekuju tijekom ljeta. Njihova ukupna vrijednost je oko 2,5 milijuna eura, piše na službenoj stranici Grada Zagreba. Najavili su i da će tijekom sljedećih godina nabaviti još oko 60 električnih autobusa. Prvi autobus ima elektromotor snage 210 kilovatsati (kWh) s baterijom dosega od oko 310 kilometara.

„Riječ je o poluniskopodnom autobusu proizvođača IVECO, modelu Crossway, s kapacitetom za prijevoz

68 putnika s 35 sjedećih mjesta. Opremljen je svim sustavima koji jamče ugodno i sigurno putovanje, poput klime, video nadzora, rampe za olakšani pristup osobama u invalidskim kolicima, a ima osigurano i mjesto za smještaj kolica te priključke za USB punjače”, rekao je predsjednik Uprave ZET-a Marko Bogdanović tijekom predstavljanja prvog autobusa.

Cilj Europske unije je da do 2027. godine gradski autobusi dosegnu nultu stopu emisije. Hrvatska je trenutno zadnja na popisu Europskih zemalja sa stopom električnih gradskih autobusa, dok su Finska, Norveška i Danska među prvima.

Uz autobuse, radi se i na elektrifikaciji željezničkog prometa. U svibnju 2025. je u Hrvatskoj pušten u promet prvi elektrobaterijski vlak na relaciji Zagreb – Bjelovar – Zagreb.

„Proizveden je u sklopu projekta Primjena zelenih tehnologija u željezničkom putničkom prijevozu, koji se financira iz Nacionalnog plana oporavka i otpornosti 2021. – 2026. (NPOO). U sklopu projekta proizveden je i baterijski vlak te šest punionica u kolodvorima Split, Osijek, Varaždin, Bjelovar, Virovitica i Pula. Ukupna vrijednost projekta iznosi 17,1 milijun eura, od čega se 13,3 milijuna eura financira iz NPOO-a. Baterijske vlakove i punionice proizvela je tvrtka KONČAR – Električna vozila”, objavio je HŽ Putnički prijevoz.



FOTO: GRAD ZAGREB

Grad Zagreb nedavno je počeo s projektom potpuno električnih autobusa

Dodali su da se nabavom baterijskih vlakova omogućuje organizacija željezničkoga putničkog prijevoza na neelektrificiranim prugama na ekološki prihvatljiv način suvremenim vlakovima, koji za svoj pogon koriste električnu energiju.

„Ovaj vlak označava prekretnicu za obnovu voznog parka na neelektrificiranim prugama jer omogućuje prijevoz na ekološki prihvatljiv način. Tijekom vožnje od Zagreba do Bjelovara vlak koristi oba pogona; 44 kilometra do kolodvora Gradec vozi na elektrificiranoj pruzi i koristi električnu

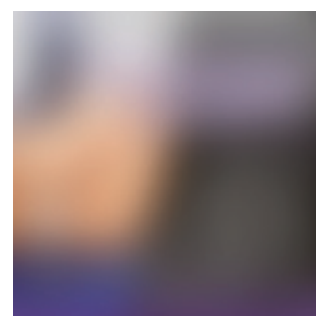
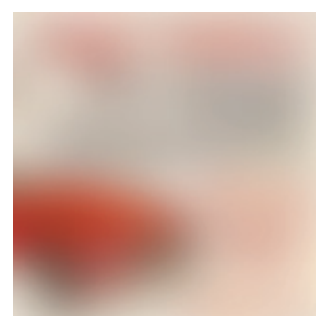
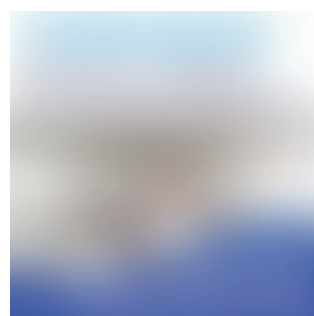
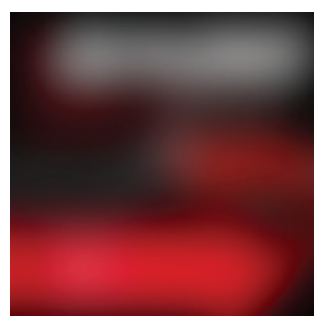
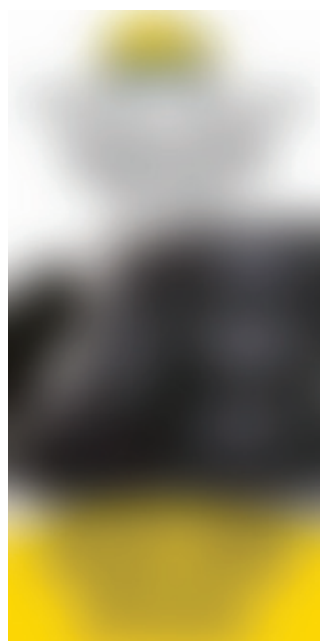
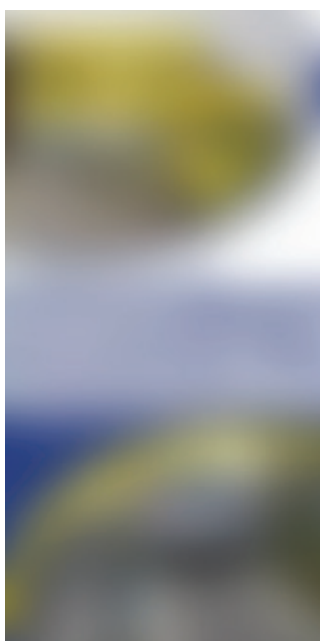
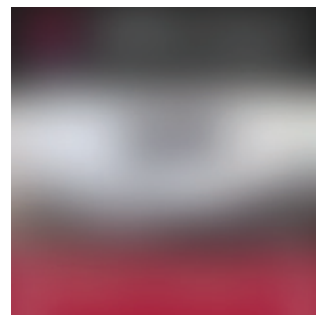
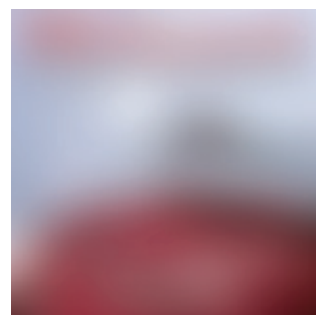
energiju iz kontaktne mreže, a na 30 kilometara od Gradeca do Bjelovara koristi baterijski pogon. U planu je i novi projekt u sklopu kojeg ćemo nabaviti još 13 vlakova na hibridni i alternativni pogon”, izjavio je tada predsjednik Uprave HŽ Putničkog prijevoza Željko Ukić.

Elektrobaterijski vlak u prostoru za putnike ima postavljene monitore za prikaz videosadržaja, uz vizualne i audio najave kolodvora i stajališta, putnicima u vlaku omogućen je besplatan pristup internetu (WiFi). Vlak ima 157 sjedećih i 158 stajućih mjesta, a projektiran je

za prosječnu dnevnu kilometražu do 480 kilometara i dnevni rad do 18 sati. Na neelektrificiranim prugama za pogon će koristiti baterije, a maksimalna brzina je 120 kilometara na sat, dok će na elektrificiranim koristiti električnu energiju iz kontaktne mreže i maksimalna brzina je 160 kilometara na sat.

Prema svemu navedenom, elektrifikacija prometa u Hrvatskoj napreduje, ali sporije nego u drugim članicama Europske unije. Ipak, jasno je da su električna vozila naša budućnost.

Vladana Kovačević



An aerial photograph of a city with various buildings and red-tiled roofs. A large, long crane arm is suspended in the sky, extending from the left side towards the center. The entire image is overlaid with a semi-transparent green gradient. A white text box is positioned in the lower right quadrant.

GRAĐEVINARSTVO I NEKRETNINE



Regionalne razlike

Građevinski materijal sve skuplji, kvadrati sve teže dostupni

Ovaj trend, iako se u nekim segmentima polako usporavao tijekom 2024. godine, ostao je u pozadini svih novih građevinskih projekata, a posebno je utjecao na tržište nekretnina u zemljama poput Hrvatske, koje iako ne proizvode sve sirovine u dovoljnoj mjeri, ovisno su o uvozu i europskim tržištima za opskrbu građevinskim materijalima.

Cijene građevinskog materijala u Europi u posljednjih nekoliko godina postale su jedan od ključnih faktora koji izravno utječu na ekonomsku stabilnost građevinskog sektora, a time i na konačnu cijenu nekretnina u Hrvatskoj. U razdoblju od 2020. godine, svijet je doživio niz globalnih poremećaja – od pandemije do rata u Ukrajini, od posljedica klimatskih promjena do lančanih poremećaja u globalnim distribucijskim mrežama – koji su sve više oslabili stabilnost

tržišta građevinskog materijala. Te promjene nisu bile jednolike po regijama, ali su gotovo bez iznimke doveli do značajnog porasta cijena sirovina poput cementa, čelika, drva, izolacijskih materijala i plastike, što je imalo direktnu refleksiju na troškove izgradnje stambenih i poslovnih objekata. U Europi, gdje su energetska efikasnost, održivost i zakonski zahtjevi za građevinskim projektima postali sve stroži, cijene građevinskog materijala doživjele su dramatične skokove, posebice tijekom 2022. i 2023. godine, kada

su cijene nekih sirovina porasle i više od 50 posto u odnosu na prethodne godine. Taj trend, iako se u nekim segmentima polako usporavao tijekom 2024. godine, ostao je u pozadini svih novih građevinskih projekata, a posebno je utjecao na tržište nekretnina u zemljama poput Hrvatske, koje iako ne proizvode sve sirovine u dovoljnoj mjeri, ovisno su o uvozu i europskim tržištima za opskrbu građevinskim materijalima.

U Hrvatskoj, gdje građevinski sektor tradicionalno igra važnu ulogu u



gospodarskom rastu, porast cijena građevinskog materijala imao je izravan i trajan utjecaj na konačne cijene stambenih jedinica. Prema podacima Državnog zavoda za statistiku (DZS), indeks cijena građevinskih radova u Hrvatskoj kontinuirano raste već nekoliko godina, a posebno izražen je tijekom 2022. i 2023. godine, kada je bilježen značajan porast u svim segmentima – od zemljanih radova do završnih obloga i instalacija. Na stranici DZS-a, dostupni su detaljni pokazatelji o razvoju cijena u industriji, uključujući i građevinarstvo, gdje se može pratiti trend rasta cijena građevinskih usluga i materijala. Prema tim podacima, indeks cijena u građevinarstvu u 2023. godini bio je za više od 15 posto viši u odnosu na 2022. godinu, a u određenim kategorijama, poput izolacijskih materijala ili aluminijuma, porast je bio još

izraženiji. Iako je u 2024. godini stopa rasta bila umjerena, cijene nisu opale na prethodne razine, što znači da se građevinski troškovi i dalje kreću na visokoj razini. Ovaj trend nije bio izoliran, već je bio dio šireg europskog fenomena, u kojem su zemlje poput Njemačke, Francuske, Italije i Austrije doživjele slične poraste, a neke čak i veće, posebice u sektorima poput drva i čelika, gdje su poremećaji u logistici i smanjena proizvodnja u Europi dodatno pogoršali situaciju.

Jedan od najvažnijih faktora koji je utjecao na cijene građevinskog materijala u Europi bio je porast cijena energenata, koji je direktno povezan s troškovima proizvodnje i transporta. Cement, čiji je proizvodni proces izuzetno energetski intenzivan, bio je među najviše pogođenim materijalima. Cijene cementa u Europi porasle

su dramatično nakon što su cijene prirodnog plina dostigle rekordne vrijednosti tijekom zime 2022./2023., što je prisililo brojne tvornice da smanje proizvodnju ili privremeno zatvore pogone. U Hrvatskoj, gdje se dio cementa proizvodi lokalno, ali se i uvozi iz susjednih zemalja, ovaj porast imao je izravan utjecaj na cijene betona i drugih građevinskih kompozita. Također, cijene čelika, ključnog materijala za armiranje betonskih konstrukcija i za izgradnju stambenih i poslovnih zgrada, također su se znatno povećale. Uvoz čelika iz zemalja izvan EU-a, poput Turske ili Kine, bio je ograničen carinskim kvotama i sigurnosnim mjerama, što je dodatno podiglo cijene na europskom tržištu. Građevinski sektor u Hrvatskoj, koji je tradicionalno ovisio o uvozu određenih kvalitetnih čeličnih profila i armaturnih mreža, suočio se s dugim rokovima isporuke i visokim troškovima, što je rezultiralo porastom cijena građevinskih radova i, na kraju, cijena stambenih jedinica.

Drugi značajan faktor bio je porast cijena drveta, posebice letvica, dasaka i građevinskog fumira, koji su ključni za izgradnju krovnih konstrukcija, unutarnjih obloga i drvenih fasada. U razdoblju od 2020. do 2022. godine, cijene drveta u Europi porasle su gotovo dvostruko zbog kombinacije ograničene ponude, povećanog potrošačkog potražnje tijekom pandemije i poremećaja u transportnim

lancima. Hrvatska, iako ima značajne šumske resurse, ne proizvodi dovoljno visokokvalitetnog građevinskog drveta za sve potrebe građevinarstva, pa se ovisi o uvozu iz Austrije, Slovenije, Njemačke i Švedske. Kada su se cijene drveta u tim zemljama povećale, taj rast odmah se prenio i na hrvatsko tržište. Iako su cijene drveta u 2024. godini donekle opale, ostale su znatno iznad prethodnih nivoa, što znači da građevinski podizvodnici i izvođači i dalje moraju računati s višim troškovima kod izrade ponuda za nove projekte. Dodatno, sve stroži zahtjevi za održivim izvorima drveta, certifikacijom FSC ili PEFC, ograničavaju slobodan protok materijala i dodatno podižu cijene, jer certificirano drvo košta više od ne-certificiranog.

Plastika i PVC, koji se koriste za proizvodnju cijevi, kabela, prozora i fasadnih obloga, također su doživjeli značajan porast cijena, jer su njihovi proizvodni procesi ovisni o nafti i prirodnom plinu. Sve dok su cijene nafte i plina bile visoke, cijene ovih materijala bile su u rastu, što je direktno utjecalo na troškove instalacija, grijanja, vodovoda i električnih sustava u novim stambenim zgradama. U Hrvatskoj, gdje se sve više gradi prema standardima energetske učinkovitosti, potreba za kvalitetnim prozorima, toplinskim izolacijama i savremenim instalacijama dodatno povećava troškove, a time i konačnu cijenu kvadratnog metra stana. Prema analizama objavljenim na portalu Baustela.hr, koji se bavi građevinskim tržištem u Hrvatskoj, porast cijena građevinskog materijala znači da se troškovi izgradnje stana povećali za više od 20 posto u odnosu na prije tri godine. To znači da je za izgradnju prosječnog stana od 80 kvadratnih metara danas potrebno dodatnih 20.000 do 30.000 kuna samo za materijal, a to se automatski reflektira u prodajnoj cijeni nekretnine.

Uz to, i troškovi transporta i logistike znatno su porasli, što je dodatni pritisak na konačne cijene. Kamionski transport, koji je ključan za dostavu materijala s luka, željezničkih čvorova ili izravno s tvornica, doživio je porast cijena goriva, ali i povećanje troškova radne snage i održavanja vozila. Građevinski materijal se često mora transportirati iz drugih europskih zemalja, gdje je proizvodnja jeftinija ili kva-



Željezo za građevine je poskupjelo od početka rata u Ukrajini

litetnija, a dugi rokovi isporuke i visoki troškovi logistike dodatno povećavaju cijene. Na primjer, aluminijski profili za prozore i staklene fasade često se uvoze iz Njemačke, Francuske ili Italije, gdje su cijene već visoke zbog energetske troškova, a nakon dodavanja transporta i carina, konačna cijena na hrvatskom tržištu može biti za 30 posto viša nego prije samo dvije godine. Ovo sve utječe na konačnu cijenu stambenih projekata, jer investitori moraju računati s višim troškovima, a da bi održali profitabilnost, te troškove prenose na krajnje kupce.

U tom kontekstu, porast cijena građevinskog materijala u Europi izravno se povezuje s porastom cijena nekretnina u Hrvatskoj. Iako su cijene nekretnina u Hrvatskoj u posljednjih desetak godina konstantno rasle, zadnje tri godine bile su iznimne po iznosu i brzini rasta. Prema podacima DZS-a, prosječna cijena stana u Hrvatskoj 2023. godine bila je za više od 25 posto viša u odnosu na 2020. godinu, a u glavnim gradovima poput Zagreba, Splita i Rijeke rast je bio još izraženiji. Iako je taj rast djelomično posljedica povećanog potražnje, ograničene ponude i niske kamatne stope u ranijim fazama, ključnu ulogu od 2022. godine počinju imati i porasti građevinskih troškova. Građevinski podizvodnici više ne mogu izrađivati stanove po starim cijenama, jer bi to značilo gubitak, pa su prisiljeni povećavati cijene svojih projekata kako bi pokrili troškove materijala, radne snage i logistike. Također, mnogi investitori su u 2022. i 2023. godini odgodili

nove projekte jer nisu mogli točno procijeniti buduće troškove, što je dovelo do smanjenja broja novih stambenih jedinica na tržištu, a manja ponuda dodatno je podigla cijene postojećih nekretnina.

Uz to, građevinski sektor u Hrvatskoj suočava i s povećanim troškovima radne snage. Iako ovo nije direktno povezano s cijenama materijala, kombinacija visokih troškova materijala i rasta plaća za građevinske stručnjake i izvođače dodatno povećava ukupne troškove izgradnje. Mnogi izvođači rade s manjim profitnim marginama, ali su i dalje prisiljeni povećavati cijene usluga kako bi održali poslovanje. To se, naravno, prenosi i na investitore, koji moraju uključiti te troškove u kalkulaciju cijene stana. Kombinacija svih ovih čimbenika – porasta cijena sirovina, transporta, energenata i radne snage – znači da je građevinarstvo danas znatno skuplje nego ikad ranije, što se automatski reflektira u cijenama nekretnina.

Baustela.hr, portal posvećen građevinskom tržištu u Hrvatskoj, upozorava da daljnji porast cijena građevinskog materijala može dovesti do dodatnog skoka cijena kvadrata, posebice ako dođe do novih poremećaja u globalnim lancima opskrbe ili ako europske cijene energenata ponovno porastu. Iako su cijene nekih materijala, poput čelika ili drveta, u 2024. godini donekle stabilizirane, ne postoji jamstvo da će taj trend trajati. Geopolitička napetost, promjene u energetske politici EU-a, ili čak ekstre-

mne vremenske pojave koje mogu ometati proizvodnju i transport, mogu u bilo kojem trenutku ponovno izazvati skok cijena. U takvim uvjetima, građevinski podizvodnici i investitori često koriste strategiju "cijena na dan isporuke", što znači da se cijena stana ne fiksira na početku projekta, već se prilagođava prema stvarnim troškovima na dan završetka izgradnje. To kupcima daje manje sigurnosti, jer ne znaju točnu konačnu cijenu, ali je to jedini način da investitori izbjegnu gubitke u slučaju novog skoka cijena.

Uz to, Hrvatska je, kao članica Europske unije, podvrgnuta istim tržišnim silama kao i ostale zemlje EU-a. Cijene građevinskog materijala u Hrvatskoj ne određuje samo domaća ponuda i potražnja, već i europski trendovi, carinske politike, energetske cijene i regulatorni okviri. Na primjer, EU-ova strategija za smanjenje emisije CO₂ u građevinarstvu, uključujući obavezne standarde za energetska učinkovitost i korištenje održivih materijala, dodatno povećava troškove izgradnje. Korištenje visokoučinkovitih izolacijskih materijala, prozora s trostrukim staklom, so-

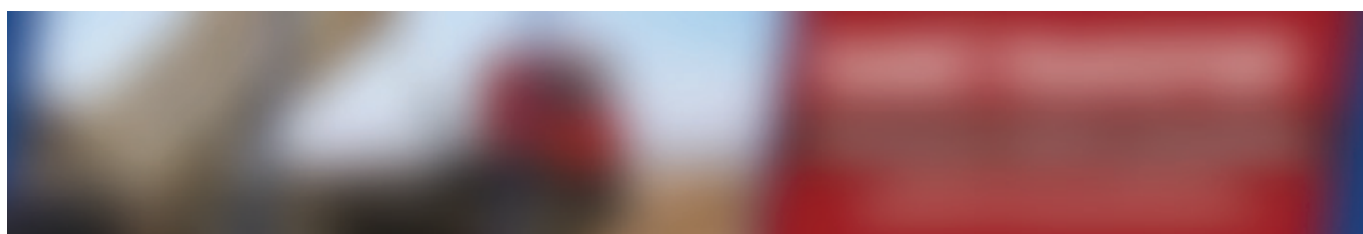
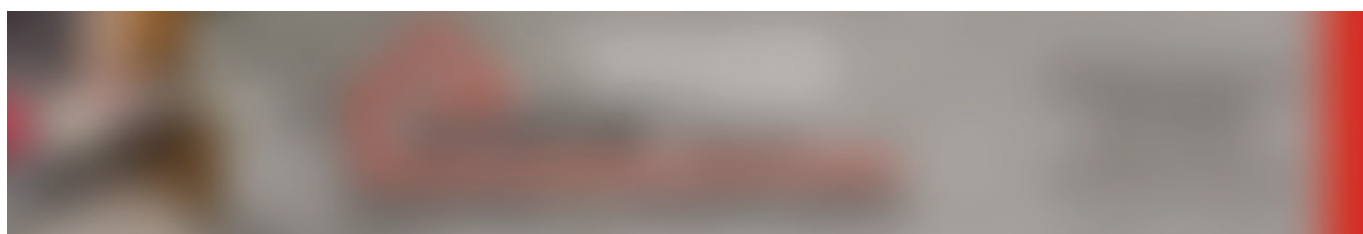
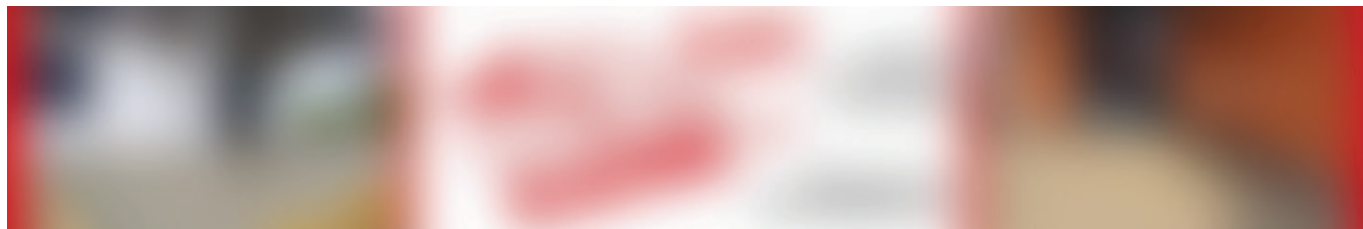
larnih ploča i toplinskih pumpi, iako je dugoročno ekonomičnije, u početku značajno povećava cijenu objekta. Investitori moraju ulagati u te tehnologije kako bi zadovoljili zakonske zahtjeve, a te troškove prenose na kupce. Tako, čak i ako bi cijene sirovina poput cementa ili čelika opale, cijene nekretnina vjerojatno ne bi značajno opale, jer su novi standardi učinili građevinarstvo strukturno skupljim.

Uz sve to, postoji i rizik od prekomjernog rasta cijena nekretnina, što bi moglo dovesti do formiranja imovinskog mjehura. Ako cijene nastavljaju rasti brže od prihoda stanovništva, sve više ljudi bit će isključeno s tržišta nekretnina, što može dovesti do društvene napetosti i ekonomske nestabilnosti. Vlada Hrvatske i Hrvatska narodna banka već su izrazili zabrinutost zbog visokih cijena nekretnina, ali ograničene su u mogućnostima regulacije, jer ne mogu direktno utjecati na cijene građevinskog materijala ili troškove izgradnje. Umjesto toga, fokusiraju se na poticanje državne izgradnje, subvencije za mlade obitelji i poboljšanje pristupa stambenim

kreditima. Međutim, bez smanjenja temeljnih troškova građevinarstva, ove mjere neće biti dovoljne za zaustavljanje rasta cijena.

Zaključno, cijene građevinskog materijala u Europi imaju izravan i snažan utjecaj na cijenu nekretnina u Hrvatskoj. Porast cijena sirovina poput cementa, čelika, drveta i plastike, uz povećane troškove energenata, transporta i radne snage, doveo je do značajnog povećanja troškova izgradnje, što se automatski prenosi na konačne cijene stambenih jedinica. Iako su neki trendovi u 2024. godini pokazali znakove stabilizacije, cijene su ostale na visokoj razini, a budućnost je neizvjesna. Građevinski sektor u Hrvatskoj suočava s izazovima koji nisu samo domaćeg karaktera, već su rezultat globalnih i europskih ekonomskih sila. Bez značajnijeg smanjenja troškova građevinarstva ili državne intervencije, realno je očekivati da će cijene nekretnina u Hrvatskoj i dalje rasti, što će dodatno ograničiti pristup stambenom vlasništvu za prosječnog građanina.

Raif Okić



Sve teže priuštivi kvadrati Istraživanja pokazuju ogromne razlike u cijenama nekretnina po Hrvatskoj



Stan za renovaciju od 70 kvadratnih metara u suterenu kuće, kojem pripada i 1490 kvadrata zemljišta prodaje se po cijeni od 21 tisuće eura. Stan jednake kvadrature, ali adaptiran i s terasom, prodaje se za 520 tisuća eura. Ključna razlika između ova dva stana je lokacija. Prvi je u Požegi, drugi u Rovinju.

Upravo su Požeško-slavonska i Istarska županija na dnu i vrhu ljestvice po prosječnoj traženoj cijeni kvadrata stana u 2024. godini. Prema ovoj velikoj analizi Njuškala, slavonski prodavatelji stanova prosječno traže 1120 eura po kvadratu, dok je istarski prosjek 3750 eura. Među županijama s nižom prosječnom traženom cijenom su ostale slavonske i ostale županije u unutrašnjosti, dok su na drugoj polovici ljestvice Grad Zagreb i županije na moru. Sličan je raspored i kada je u pitanju prosječna tražena cijena kuće, s tim da je razlika između najniže i najviše prosječne tražene cijene puno veća. U Požeško-slavonskoj županiji prodavatelji su u 2024. za kvadrat kuće prosječno tražili 531 euro, dok je u Istarskoj prosjek bio 3142 eura.

Njuškalo je u svojoj analizi usporedio 2024. godinu s prethodne dvije godine, te su ustanovili kako je tražena cijena kvadrata kuće rasla u svim županijama, gotovo 47 posto u odnosu na 2022. godinu. Tražena cijena kvadrata stana nije rasla jedino u Virovitičko-podravskoj županiji, koja je bilje-

žila pad od 3 posto, dok je u ostalima zabilježen rast. Generalno u Hrvatskoj rast je iznosio 33,3 posto u odnosu na dvije godine prije.

No, vrlo je važno istaknuti kako je fokus ove analize na traženoj cijeni, na cijeni po kojoj su prodavatelji oglašili nekretninu na internetskom oglasniku Njuškalo. U razgovoru s agentima za nekretnine doznali smo kako se ona gotovo uvijek bitno razlikuje od dogovorene kupoprodajne cijene. Potvrdilo je to i istraživanje Dine Bečića, doktoranda s Geografskog odjela Prirodoslovno-matematičkog fakulteta, prema kojem je razlika između cijena stanova oglašanih za prodaju i ostvarene cijene u glavnom gradu čak 38,7 posto. U konkretnim brojkama to znači čak 900 eura razlike između oglašanih cijena, koje u prosjeku iznose 3.256 eura za kvadratni metar, i realiziranih koje su bile 2.348 eura. Bečićeva analiza se bazira na 4,1 tisući oglasa objavljenih na portalu „Index oglasi“ u razdoblju od sredine svibnja 2023. do kraja srpnja 2024. Podatak o prosječnoj oglašenoj cijeni Bečić je dobio obradom brojki iz tih oglasa, dok

je realizirana cijena u transakcijama stambenih nekretnina u gradu Zagrebu objavljena u Izvješću o tržištu nekretnina Grada Zagreba i Ministarstva prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine za 2023. godinu.

U međuvremenu je u ožujku ove godine objavljeno i novo izvješće za prošlu godinu. Tako je u Zagrebu lani ostvareno 8236 prodaja stanova te 1406 kuća. Istodobno, u spomenutoj Požeško-slavonskoj županiji prodano je 27 stanova i 161 kuća. U Istarskoj županiji lani je prodano 1248 stanova i 448 kuća.

Osim kupnje, izazovan je postao i najam stanova i kuća. Prilikom pretraživanja oglasnika, filtere smo postavili tako da nam se isprva prikazuju jeftinije nekretnine u Gradu Zagrebu. Time smo naišli na niz oglasa koji nude smještaj za radnike te je prikazana cijena po radniku, a ona, ovisno od lokaciji iznosi od stotinjak pa i do preko 300 eura. Izdvojili smo stan od 75 kvadratnih metara na Trešnjevci, koji može smjestiti deset radnika. Cijena po osobi je 250 eura, što znači da iznajmljivač, ako je stan sasvim popu-



Kampus osječkog Sveučilišta

njen, može zarađivati 2500 eura mjesečno. Prosječnoj zagrebačkoj obitelji nezamislivo je po toj cijeni priuštiti si stan za najam. I naravno, iznajmljivači koji su se fokusirali na dugoročni najam, umjesto najam za radnike, za iste postavljaju niže cijene, ali opet daleko više nego li nekoliko godina unatrag, prije nego li je nastala tolika potreba za smještajem radnika. Upravo je ovo razlog zbog kojeg je živnula prodaja kuća u okolici Zagreba. Agent za nekretnine Luka Prica nedavno nam je rekao kako je tijekom

posljednjih godina prodan velik broj kuća u okolici glavnog grada, za koje dotad nije pokazivan interes, a razlog ovih investicija bio je prenamjena tih nekretnina u svrhu najma za strane radnike.

Vlasnica stana od oko 50 kvadrata na zagrebačkoj Trešnjevci uskoro planira dati stan u najam.

- Dosad sam razmišljala iznajmiti ga studentima ili manjoj obitelji za 500 do 600 eura, ali kad sam se priključila Facebook grupama za najam stanova u Zagrebu ne bih li malo izvidjela situ-

aciju, shvatila sam da se ovakvi stanovi uredno iznajmljuju po barem 800 eura. Isto tako, shvatila sam da mogu u stan smjestiti, recimo, šest kreveta i stan dati u najam radnicima po cijeni od 250 eura po osobi i tako zaraditi 1500 eura mjesečno. Ne znam još za koju opciju ću se odlučiti, ali mogu reći da sam zgrožena. Desetak godina unatrag i sama sam bila podstanarka, te sam garsonjeru na Vrbiču, danas jednom od najpopularnijih zagrebačkih donjogradskih kvartova, plaćala 200 eura - govori nam sugovornica.

Istražili smo i kakva je situacija po pitanju najma u ostatku zemlje. U čitavoj Požeško-slavonskoj županiji na dan pisanja ovog teksta na oglasniku Njuškalo u ponudi je bio samo jedan stan za najam - za stan od 62 kvadrata u Požegi iznajmljivač traži 400 eura. Prema Izvješću o tržištu nekretnina u 2024. godini u toj županiji je iznajmljeno svega 16 stanova, odnosno četiri kuće.

U Istarskoj županiji dugoročno su lani iznajmljena 294 stana i 16 kuća. Kad smo tu županiju pretraživali na Njuškalu, prikazano nam je 260 stanova. No, i ovdje, kao u Zagrebu, postoji niz nekretnina koji se iznajmljuje za radnike, a cijena po osobi raste i do preko 400 eura. Valja istaknuti kako je u prvih pet mjeseci ove godine Hrvatska izdala 7.454 dozvole za boravak i rada za sezonske radnike, a od toga najviše u djelatnosti turizma i ugostiteljstva, njih čak 6.676.

Helena Marušić Čović

Priuštivost stanovanja

Samac u Splitu troši polovicu plaće na stanarinu, u Zagrebu znatno manje

Na troškove stanovanja mnogim kućanstvima u Europi i u Hrvatskoj otpada velik dio potrošnje. Iako je Hrvatska zemlja s jednim od najmanjih udjela podstanara u ukupnoj populaciji, visoke cijene najamnine u većim gradovima stvaraju golemi pritisak na mlade, a posebno za osobe s nižim primanjima i one s minimalnom plaćom.



Frano Domitrović

Kakva je situacija u Hrvatskoj i gdje se samcima najviše i najmanje isplati živjeti? Za uzorak smo uzeli deset najvećih gradova u državi, a za plaće smo uzeli posljednje dostupne podatke po županijama, za ožujak 2025., koje je DZS objavio u svibnju. Iako se može pretpostaviti da su plaće u samim gradovima nešto bolje od onih u njihovoj okolini, ipak se županijski prosjek može koristiti kao indikator dostupnosti stanovanja u tom kraju.

Za cijene najamnina uzeli smo medijalnu cijenu mjesečne najamnine koja se na popularnom oglasniku Njuškalo trenutno traži za jednosoban stan, u bilo kojem kvartu, bilo koje veličine. Iako u tu kategoriju spada sve od malih garsonijera od 30 kvadrata pa do dvostruko većih stanova u kojima bi dom mogli naći i parovi, radi se o minimalno prikladnoj vrsti stanovanja za samce, koji veličinom odgovaraju i stanovima s jednom spavaćom sobom kakvi se u ovakvim istraživanjima promatraju u drugim zemljama.

Po tom kriteriju, od deset najvećih Hrvatskih gradova Split je daleko najgori za samce, jer je za medijalnu cijenu od 700 eura potrebno izdvojiti

preko polovice (50,4 posto) prosječne plaće, koja je u Splitsko-dalmatinskoj županiji u ožujku bila 1.388 eura. To Split smješta između australskog Sydneya (50 posto) i Budimpešte (52), te ga čini skupljim za samce od primjerice Pariza (45), Edinburgha (44), Tokija (43), Bruxellesa (40) ili Beča (37). Iza Splita su također jadranski gradovi Zadar (47,3 posto) i Pula (40,5 posto), što vjerojatno ukazuje na kombina-

ciju slabijih plaća, jer je u obalnim mjestima turizam glavna ekonomska grana, a vjerojatno je to rezultat i slabije ponude – u Zadru i Splitu se nudi tek pedesetak oglasa za jednosobne stanove, ili oko pet puta manje nego u Splitu.

Vrijedi napomenuti da ove cijene uključuju samo stanarinu, i da stoga najmoprimci povrh nje moraju plaćati i režije, pa bi tako jednoj osobi s



O TRENUTNOM STANJU NA TRŽIŠTU NEKRETNIKA PITALI SMO VLASNIKA AGENCIJE BRICK NEKRETNINEGOSPODINA FRANU DOMITROVIĆA

Možete li nam reći kakvo je trenutno stanje na tržištu nekretnina?

Stanje na tržištu nekretnina se trenutno nalazi u neizvjesnosti koja je uzrokovana novim odlukama HNB-a u odnosu na građane koji će davati zahtjeve za dizanjem stambenih kredita s ograničavajućim faktorima koji od 1.7.2025. stupaju na snagu, no u praksi se pokazalo kako je veliki broj banaka već počeo s primjenom uvjeta propisanih ovom odlukom. Ti ograničavajući faktori odnose se na omjer mjesečne otplate ukupnog duga i dohotka koji ne smije biti veći od 45 posto za stambene kredite i 40 posto za nestambene kredite. Isto tako omjer iznosa kredita i vrijednosti nekretnine u zalogu ne smije biti veći od 90 posto što za realizaciju kredita građana znači da će sa 10 posto morati sudjelovati novcem iz vlastitih sredstava što zapravo nije nikakva velika novost jer je kupac i do sada pri potpisu Predugovora prodavatelju isplaćivao kaparu koja najčešće iznosi 10 posto od naglašavam, postignute kupoprodajne cijene nekretnine, a ne one procijenjene tržišne vrijednosti nekretnine od strane procjenitelja banke. To za kupca znači da za svaku dodatnu razliku između postignute kupoprodajne cijene i procijenjene tržišne vrijednosti nekretnine od strane procjenitelja također mora pokriti iz vlastitih sredstava. Uzmimo u obzir i činjenicu da su postignute kupoprodajne cijene između prodavatelja i kupaca često više od procijenjenih tržišnih vrijednosti nekretnina. Olakotna okolnost je ta da će za određeni postotak klijenata koji dizanjem stambenog kredita isključivo rješavaju svoje stambeno pitanje banke moći pratiti s punim traženim iznosom.

Uočavate li neke promjene u vašoj agenciji u odnosu na ovaj isti period prošle godine? Ili od početka ove godine?

Ulaskom u 2025. godinu Brick Nekretnine su zabilježile veliki porast realiziranih kupoprodajnih transakcija u prometu nekretninama koji je u prvih šest mjeseci premašio broj sveukupnog

broja realiziranih transakcija u 2024. godini što je podatak koji govori sam za sebe. Razlog tome je bilo sniženje kamatnih stopa od strane banaka na oko 2.8 posto kamata ulaskom u 2025. godinu sa dotadašnjih skoro 4 posto kamata na stambene kredite u 2024. godini. Dobra vijest je ta što do sada nije primijećen drastičan porast kamatnih stopa od strane banaka na stambene kredite te se nadamo da će se takav trend i nastaviti.

Nakon što je uveden porez na drugu nekretninu u kojoj se ne stanuje da li ste uočili neke promjene na tržištu nekretnina?

Osnovne promjene koje su bile očekivane, a to porezna uprava vidi najbolje što je i bio cilj, odnose se na veći broj prijavljenih najmoprimaca od strane najmodavaca budući da su vlasnici nekretnina dovedeni pred pitanje koji porez žele platiti, onaj na praznu nekretninu ili iznajmljenu. A sve iza maske „priuštivog stanovanja” kojim Vlada nudi pomoć vlasnicima praznih nekretnina da u njihovo ime iznajmljuju nekretnine dok se paralelno ne znaju brinuti ni za nekretnine koje već imaju u svojem vlasništvu.

Vidite li neki utjecaj na tržište nekretnina zbog mogućnosti povrata poreza za stjecanje prve nekretnine?

To je pak odluka Vlade koju definitivno pozdravljam jer ide u prilog svim mlađim ljudima od 45 godina koji nastoje kupiti svoju prvu nekretninu, što je danas uz cijene na tržištu skoro postala nemoguća misija. Vjerujem da je to jedan ohrabrujući faktor koji je povećao broj transakcija od početka ove godine od kad je ovaj zakon stupio na snagu. Budući da je podnošenje zahtjeva za povratom poreza u iznosu od 3 posto kod kupnje starogradnje ili pola iznosa uplaćenog PDV-a u slučaju kupnje nekretnine u novogradnji tek počelo morati ćemo pričekati da vidimo u kojoj mjeri je takvih zahtjeva predano kako bi znali preciznije kakav je to odjek napravilo u realiziranim transakcijama na tržištu nekretnina.

jednom prosječnom plaćom na trošak stanovanja moglo lako otići i više od polovice primanja.

Nakon njih slijede Velika Gorica (37,3 posto) i Varaždin (33,7 posto), manji gradovi na sjeveru zemlje koji nude donekle kvalitetna radna mjesta, uređenost i relativno razvijene sadržaje, uz očitu prednost blizine Zagreba.

Zagreb se, kao daleko najveći grad i daleko najveće tržište za najam, smjestio tek na šesto mjesto liste, usprkos

tome što ima i daleko najveću prosječnu neto plaću. Za prosječnu cijenu najma koja se kreće oko 550 eura samac bi morao izdvojiti oko 32,5 posto plaće, što u usporedbi s drugim svjetskim gradovima Zagreb smješta negdje između Ženeve (29 posto) ili korejskog Seoula (30 posto) i Frankfurta (34 posto), Zuricha (35 posto) ili Helsinkija (35 posto).

Iza Zagreba je Rijeka (29,7 posto), prva od velikih gradova gdje cijena samačkog najma pada ispod 30 posto, što se smatra razumnom granicom za priuštivo stanovanje. Nakon toga slijede središnja i istočna Hrvatska, pa tako nakon Rijeke, usprkos nešto nižim plaćama, slijede Slavonski Brod (28,9 posto) i Karlovac (28,1 posto).

Na začelju top 10 najvećih gradova u Hrvatskoj nalazi se Osijek – iako je u Osječko-baranjskoj županiji prosječna plaća gotovo identična onoj u Varaždinu, ponuda stanova je nešto veća, a medijalna cijena za jednosoban stan je tek 370 eura mjesečno, ili gotovo 20 posto niža. Stoga je u Osijeku omjer stanarine i plaće tek 27,3 posto.

David Spaić Kovačić

Državni poticaji u Hrvatskoj

Veliki pregled intervencija vlasti u tržište nekretnina

APN će putem javnih poziva pribavljati nekretnine od države, lokalnih samouprava te pravnih i fizičkih osoba, a oni će se davati u najam na najmanje tri godine s mogućnošću produljenja najviše do deset godina.

Hrvatski sabor u travnju ove godine je usvojio izmjene Zakona o društveno poticanoj stanogradnji (POS), kojim Vlada, između ostalog, nastoji pomoći mladima prilikom kupnje prve nekretnine. Ovim promjenama mlađi od 45 godina mogu dobiti potporu u vidu povrata 50 posto PDV-a ili puni iznos poreza na promet nekretnina. U nastavku detaljnije o tome.

1. Subvencionirani stambeni krediti (APN) - Zakona o društveno poticanoj stanogradnji (POS)

• APN (Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama) provodi program državnog subvencioniranja stambenih kredita.

• Cilj: Pomoć mladim obiteljima pri kupnji prve nekretnine.

• Uvjeti:

- Dob do 45 godina.
- Kupnja prve nekretnine (stan ili kuća).

- Kredit do određenog iznosa (ograničenje cijene po m² i ukupne cijene).

• Subvencija:

- Država pokriva dio anuiteta (30-50%) kroz prvih 5 godina otplate.

- Dodatne godine subvencije za svako rođeno dijete ili osobe s invaliditetom u kućanstvu.

2. Povrat poreza mladima od 45 godina

Važna promjena koju donose izmjene ovog Zakona jest potpora mladima od 45 godina koji kupuju ili grade svoju prvu nekretninu u vidu povrata 50 posto poreza na dodanu vrijednost u slučaju, pojasnio je ministar Bačić, kupovine stana u novogradnji,



odnosno od pravne osobe, ili punog iznosa poreza na promet nekretnina u slučaju kupovine rabljenog stana ili od fizičke osobe. „To će se odnositi i na kupnju zemljišta i za gradnju obiteljskih kuća”, dodao je.

Potpota se ostvaruje za kupnju ili gradnju nekretnine, prema usvojenom amandmanu, u slučaju da je temeljem ugovora o kupoprodaji nekretnine nakon 1. siječnja 2025. izdano rješenje o utvrđivanju poreza na promet nekretnina ili je podnositelj zahtjeva platio porez na dodanu vrijednost na temelju računa prodavatelja izdanog nakon 1. siječnja 2025. godine.

Kriterij je da podnositelj zahtjeva, ni njegova uža obitelj (bračni ili izvanbračni drug, životni partner ili neformalni životni partner i djeca), nemaju u Hrvatskoj ili u inozemstvu u vlasništvu, suvlasništvu ili zajedničkom vlasništvu nekretninu namijenjenu stanovanju. Iznimka je ako imaju nekretninu,

ali koja nije pogodna stanovanju ili ako umnožak ukupne površine takve nekretnine sa suvlasničkim dijelom ne prelazi površinu odgovarajuće nekretnine definirane Zakonom, a koja je prodana ili se proda u roku dvije godine od kupnje nekretnine za potrebe vlastitog stanovanja.

Pravo na isplatu potpore se neće moći ostvariti ako je ugovorena cijena stambene nekretnine 50 posto viša od prosječne cijene metra četvornog stana definirane ovim Zakonom ili ako je korisna površina stambene nekretnine 50 posto veća od površine propisane Zakonom.

Također, korisnici potpore morat će je vratiti ako u roku 5 godina otuđe ili iznajme tu nekretninu ili odjave prebivalište i ne koriste je.

3. Poticaji za energetska obnovu

- Mjere Fonda za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost.

- Sufinanciranje obnove obiteljskih kuća (fasada, krov, stolarija, solarni sustavi).

- Najčešće dostupno uz natječajni postupak.

Koje su najavljene cijene POS-ovih stanova

Povećat će se najveća prodajna cijena POS-ovih stanova s 1.792,50 eura po metru četvornom na 1.912 eura, a kako bi se uskladila s prosječnom prodajnom cijenom na tržištu u 2024. godini. „Značajno povećanje troškova gradnje i prodajnih cijena stanova dovelo je do nemogućnosti ugovaranja izvođenja radova u programima POS-a te se postupci javne nabave često poništavaju jer izvođači radova, s obzirom na zakonski određene najviše moguće cijene, nemaju ekonomski interes za sudjelovanje u tim postupcima“, navodi se u prijedlogu Zakona.

Kako je potpredsjednik Vlade i ministar prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine Branko Bačić napomenuo prilikom rasprave u Saboru, Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN) već sada ima građevinske dozvole za 732 stana, koja će povećanjem najveće prodajne cijene, dodao je, krenuti u izgradnju.

Program priuštivog najma za one koji troše više od 30 posto mjesečnih prihoda na stanovanje

Treća najvažnija stvar je pokretanje programa priuštivog najma stanova uz naknadu vlasnicima stanova koji stoje više od dvije godine prazni. APN će putem javnih poziva pribavljati ne-

kretnine od države, lokalnih samouprava te pravnih i fizičkih osoba, a oni će se davati u najam na najmanje tri godine s mogućnošću produljenja najviše do deset godina. APN će vlasnicima isplatiti unaprijed 60 posto predviđenog ukupnog najma u razdoblju na koje je APN-u dao za najam, a 40 posto nakon polovice tog perioda, pojasnio je ranije ministar.

Primjerice, prema cijeni najamnine u Gradu Zagrebu, za stan od 65 kvadrata, ukoliko ga vlasnik da APN-u na rok od sedam godina za najam, ukupno će od RH dobiti 55.146 eura, 60 posto će dobiti odmah, a nakon tri i pol godine i ostatak, naveo je ministar Bačić na konkretnom primjeru.

„Oko 1200 je praznih stambenih jedinica u vlasništvu RH jer nisu prikladni za stanovanje i potrebno je obnoviti ih, a već 150-ak ih je u tom postupku, kako bi ih mogli dati na tržište najma našim sugrađanima koji su u potrebi osiguravanja priuštivog stanovanja, a to podrazumijeva okolnost u kojoj obitelj ili pojedinac više od 30 posto svojih mjesečnih prihoda troše na stanovanje“, rekao je.

Porezna politika povezana s nekretninama

Porez na promet nekretnina

Ako ste kupili, naslijedili ili na bilo koji drugi način stekli nekretninu, obveznik ste poreza na promet nekretnina. Ako ste kupili, naslijedili ili na bilo koji drugi način stekli nekretninu (građevinu ili zemljište) kad se na takvo stjecanje ne plaća porez na dodanu vrijednost (PDV) obveznik ste poreza na promet nekretnina. Stopa poreza

iznosi tri posto od tržišne vrijednosti nekretnine u trenutku njezina stjecanja. Osnovica poreza na promet nekretnina je tržišna vrijednost nekretnine u trenutku nastanka porezne obveze.

Oslobođenje od plaćanja poreza na promet nekretnina

Građani ne plaćaju porez na promet nekretnina ako su:

Osobe koje stječu nekretnine u postupku vraćanja oduzete imovine i komasacije nekretnina prognanici i izbjeglice koji stječu nekretnine zamjenom svojih nekretnina u inozemstvu zaštićeni najmoprimci koji kupuju stambenu zgradu ili stan u kojem stanuju na temelju ugovora o najmu, građani koji kupuju stambenu zgradu ili stan (uključujući i zemljište), na kojem su imali stanarsko pravo ili uz suglasnost nositelja stanarskog prava prema propisima kojima se uređuje prodaja stanova na kojima postoji stanarsko pravo.

Isto vrijedi i za zaštićene najmoprimce koji kupuju stambenu zgradu ili stan u kojem stanuju na temelju ugovora o najmu osobe koje stječu nekretnine u skladu s propisima kojima se uređuje pretvorba društvenog vlasništva u druge oblike vlasništva bračni drug, izvanbračni drug, formalni i neformalni životni partneri, potomci i preci te posvojenici i posvojitelji koji su u tom odnosu s primateljem uzdržavanja te od njega stječu nekretnine na temelju ugovora o doživotnom uzdržavanju ili na temelju ugovora o dosmrtnom uzdržavanju osobe koje razvrgnućem suvlasništva ili diobom zajedničkog vlasništva stječu posebne dijelove te ili tih nekretnina, neovisno o omjerima prije i nakon razvrgnuća suvlasništva ili diobe zajedničkog vlasništva. Koje dokumente trebate priložiti ovisi o tome po kojoj ste osnovi oslobođeni od plaćanja poreza.

Naslijedene i darovane nekretnine

Pravo na oslobađanje imate i ako ste nekretninu naslijedili ili dobili na dar i pripadate u jednu od sljedećih kategorija:

- Bračni drug, izvanbračni drug, formalni i neformalni životni partneri, potomci i preci koji čine uspravnu liniju te posvojenici i posvojitelji koji su u tom odnosu s umrlim ili darovateljem

- Pravne i fizičke osobe kojima Republika Hrvatska ili jedinica lokalne i područne (regionalne) samouprave





daruje, odnosno daje nekretnine bez naknade radi odštete ili iz drugih razloga u svezi s Domovinskim ratom

- Bivši bračni drugovi, bivši izvanbračni drugovi te bivši formalni i neformalni životni partneri kada uređuju svoje imovinske odnose.

Tko prijavljuje poreza na promet nekretnina

Promet nekretnina nastao nakon 1. siječnja 2017. godine prijavljuju javni bilježnici, sudovi ili javnopravna tijela u okviru svoje nadležnosti. Ako ipak netko sastavi ispravu koju nije ovjerio kod javnog bilježnika, i dalje je dužan takav promet nekretnina prijaviti nadležnoj ispostavi Porezne uprave prema mjestu gdje se nekretnina nalazi, u roku od 30 dana od sastavljanja te isprave.

Ako promet nekretnine nije prijavljen prema tržišnoj vrijednosti nekretnine Porezna uprava je ovlaštena procjenom utvrditi tržišnu vrijednost nekretnine. Ako je porezni obveznik oslobođen od plaćanja poreza, više neće dobiti rješenje o tom oslobođenju. Rješenje će dobiti samo oni porezni obveznici kojima se utvrđuje porezna obveza.

Porez na najam

Ako dugoročno iznajmljujete nekretninu, plaćate porez na dohodak od imovine:

- Porez se obračunava paušalno (12% na iznos najma umanjen za 30%).

- Turistički najam ima dodatne regulative (kategorizacija, fiskalizacija).

Novi režim poreza na nekretnine u Hrvatskoj

Što se promijenilo?

• Porez na kuće za odmor ukinut je izmjenama Zakona o lokalnim porezima.

• Uveden je objedinjeni porez na nekretnine, koji zamjenjuje porez na kuće za odmor i ide prema modelu općeg poreza na stambene nekretnine koje nisu korištene za stalno stanovanje.

• Porez se naplaćuje u rasponu od 0,60 do 8,00 € po m² godišnje, ovisno o odluci lokalne vlasti

Temelj zakona:

• Zakon o lokalnim porezima (NN 115/16, 101/17, 114/22, 119/24), najnovije izmjene omogućile su općinama i gradovima da uvedu novi porez

na nekretnine prema jedinstvenim kriterijima.

• I dalje se radi o lokalnom porezu, što znači da svaka jedinica lokalne samouprave određuje hoće li ga uvesti i po kojoj stopi.

Ključne značajke novog poreza:

Primjena: Na sve nekretnine koje nisu stalno nastanjene, uključujući druge stanove, apartmane, vikendice.

Iznos: Od 0,60 do 8,00 € po m² godišnje, ovisno o odluci lokalne vlasti.

Razlika u odnosu na stari porez: Novi porez više nije ograničen samo na „kuće za odmor“, već se šire definira i uključuje sve sekundarne stambene nekretnine.

Obveznici: Fizičke i pravne osobe koje su vlasnici nekretnina koje se ne koriste za stalni boravak.

Cilj reforme

• Povećati pravednost - oporezivanje prema korištenju, a ne samo prema vlasništvu.

• Smanjiti broj praznih stanova - potaknuti vlasnike na iznajmljivanje ili prodaju.

• Povećati prihode lokalnih jedinica bez dizanja nacionalnih poreza.

Bitna napomena

• Nekretnina u kojoj osoba ima prijavljeno prebivalište i stvarno živi – nije obuhvaćena ovim porezom.

Statistika uvođenja poreza na nekretnine kod općina i gradova

Prema podacima Porezne uprave do 31. ožujka 2025.:

• 223 općine i gradova povećalo je iznos poreza u odnosu na prethodnu godinu.

• 62 općine i gradova smanjilo je iznos poreza.

• 271 općina i gradova zadržalo je isti iznos kao i prethodne godine.

Primjeri visina poreza u nekim gradovima i općinama

- Zagreb: 5,00 €/m²
- Rijeka: 5,00 €/m²
- Split: 1,99 €/m²
- Osijek: 0,60 €/m²
- Umag, Vis, Sveti Filip i Jakov, Fažana, Baška Voda: 8,00 €/m² (maksimalna stopa)

Gdje pronaći detaljan popis svih poreza gradova i općina

Porezna uprava objavila je službeni popis svih gradova i općina s pripadajućim stopama poreza na nekretnine i informacijama o nadležnim tijelima za obračun i naplatu. Ovaj popis dostupan je na njihovoj službenoj web stranici.

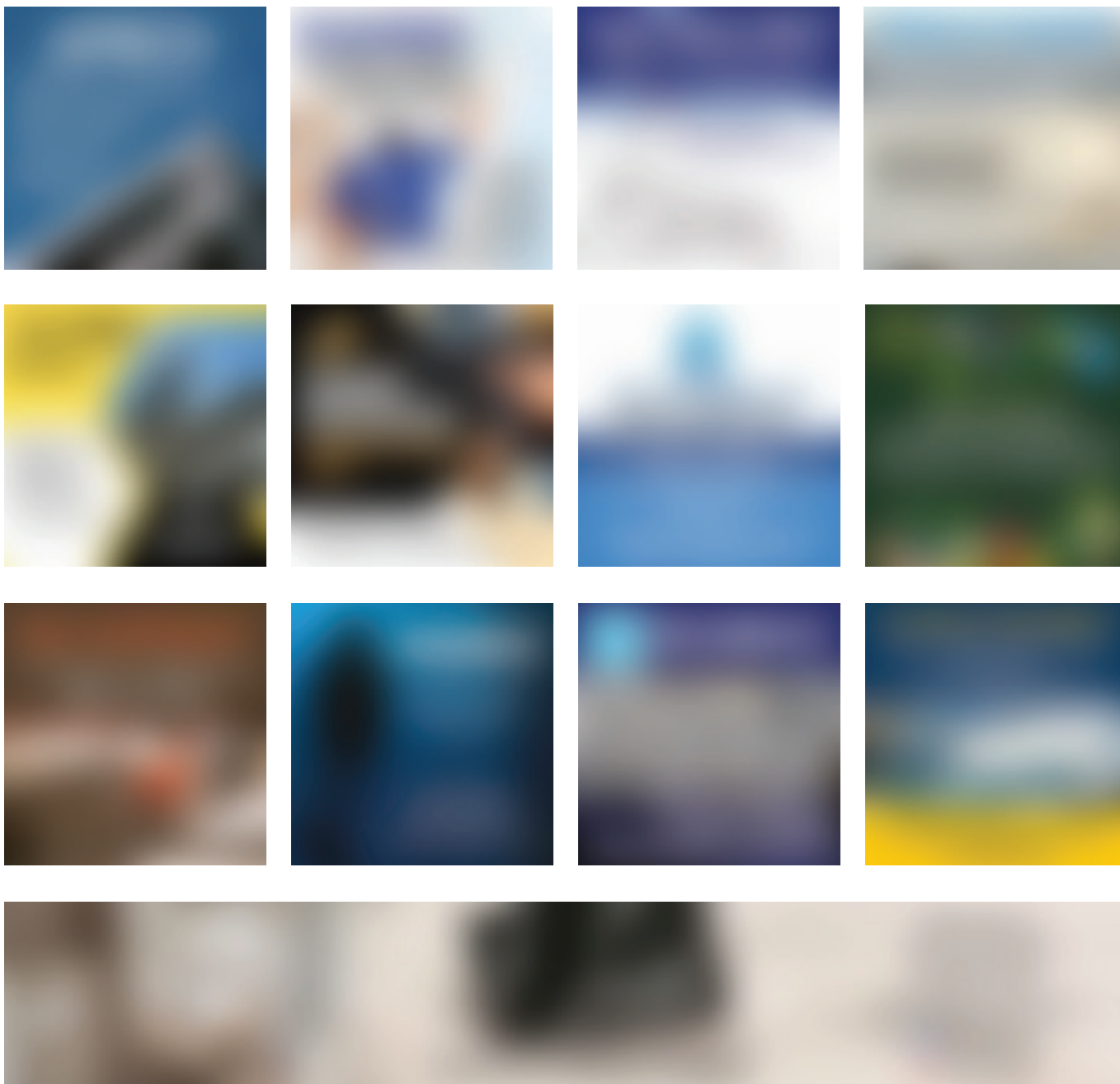
Utjecaj politike na tržište

- U prošlosti, APN poticaji povećali su potražnju i uzrokovali skok cijena, posebno u manjim gradovima. S izmjenama Zakona probava se postići kontraefekt.

- Nedostatak dugoročnog poreza na nekretnine pogoduje spekulativnoj kupnji i držanju praznih stanova.

- Porezni tretman najma (posebno turističkog) pogoduje preusmjeravanju stanova iz dugoročnog najma u turistički sektor, što smanjuje dostupnost stanovanja.

Suzana Vezilić



Nema oporavka tržišta

Prodaja poslovnih nekretnina stagnira

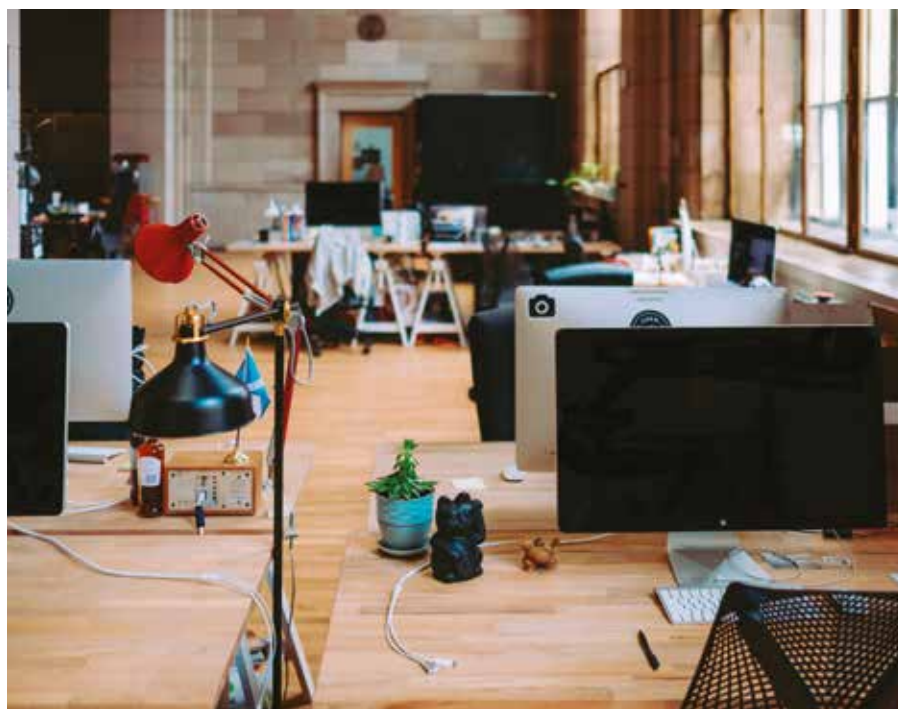
Tržište komercijalnih nekretnina u Europi ne uspijeva ostvariti očekivani oporavak koji se predviđao za ovu godinu, jer pojačani oprez investitora odražava na pad prodaje, koja je dosegla najnižu točku u gotovo desetak godina.

Neki ulagači i banke, koji shvaćaju da su izgledi za oporavak tržišta širom kontinenta u bližoj budućnosti vrlo slabi, okreću se rješavanju ili restrukturiranju problematične imovine, kažu analitičari, iako dodaju da banke još uvijek najčešće primjenjuju tzv. extend and pretend pristup lošim kreditima, u kojemu radije odgađaju rokove naplate kredita ili uvode moratorije, umjesto da inzistiraju na naplati i ovršuju nekretninu. Radi se o jasnoj promjeni raspoloženja u odnosu na početak 2025. godine, kada se tržište nadalo da će se ove godine zaustaviti već trogodišnji pad i stagnacija uzrokovanih pandemijom Covida-19. Međutim, faktori kao što su nepredvidiva trgovinska politika SAD-a, bolji povrat investicija na drugim privatnim tržištima, i odbijanje prodavatelja da priznaju realno niže cijene, doprinijeli su usporavanju tržišta.

Prodaja komercijalnih nekretnina u Europi je u prvom tromjesečju 2025. godine stagnirala na godišnjoj razini, i iznosila je 47,8 milijardi eura, ili manje od polovice iznosa otprije tri godine, pokazuju najnoviji revidirani podaci analitičke kompanije MSCI.

Prvi indikatori za drugo tromjesečje također su loši – prekogranične investicije u nekretnine u Europi, na Bliskom istoku i u Africi pale su u godinu dana za oko 20 posto, na tek 17,2 milijarde eura, što je najgori period od travnja do lipnja zabilježen u posljednjih deset godina, priopćila je međunarodna agencija za nekretnine Knight Frank, pozivajući se na preliminarne podatke MSCI-ja.

Slaba prodaja nekretnina utjecala je na većinu poslovnih sektora, uključujući i teško pogođene uredske prostore, pa čak i podatkovne cen-



tre – koji su dosad bili jedna od rijetkih svijetlih točaka na inače sumornom tržištu. S druge strane, zbog nedovoljne ponude stambenih nekretnina za najam u brojnim europskim zemljama, taj segment još uvijek uspijeva privući interes ulagača.

“Imamo pred sobom opustošeni zombieland... Nema oporavka tržišta, imovina je zaglavila na tržištu, pa nema ni povratka likvidnosti,” rekao je slikovito za Reuters Sebastiano Ferrante, šef za analize europskog tržišta nekretnina u velikom američkom fondu PGIM. Na tržištu se povoljno nude prostori vezani za logistiku te hoteli, a kupce teško nalaze i uredske zgrade koje nisu baš centralno locirane u velikim gradovima, te stari trgovački centri, kaže Ferrante.

Jedan takav primjer je slučaj kanadske investicijske kompanije Brookfield koja je tražila u travnju od

vlasnika njenih obveznica da odobre restrukturiranje kredita za kojeg je založena njena uredska zgrada CityPoint u Londonu. Do toga je došlo nakon što je u siječnju odustala od predviđene prodaje, jer prikupljene ponude nisu ostvarila očekivanja – dok je tražena cijena bila oko 500 milijuna funti (577 milijuna eura), sve pristigle ponude su bile ispod 400 milijuna (462 milijuna eura).

U Njemačkoj, jedan od simbola lošeg stanja na tržištu je neboder Trianon u Frankfurtu kojeg je prošlog tjedna stečajna uprava stavila na prodaju, u rijetkom pokušaju testiranja raspoloženja kupaca na krhkom njemačkom tržištu. Trianon se zadnji put prodao za 670 milijuna eura danas već davne 2018. godine, a do danas je nagomilao dugove od oko 370 milijuna eura. Nije izgledno da bi ovaj put mogao postići približno istu cijenu.

Problem pogoršava i konkurencija koja stiže sa drugih vrsta tržišta kapitala, poput primjerice privatnih kreditnih fondova. Oni su Europi prikupili oko 39,9 milijardi dolara investicija u prvoj polovici 2025. godine – ili gotovo dvostruko više od 20,6 milijardi dolara koje su prikupili nekretninski ulagački fondovi, pokazuju podaci platforme Preqin.

Tračak nade za nekretnine možda nudi činjenica da su oba sektora na putu da premaše ukupne iznose investicija koje su privukli 2024. godine, dok je sektor nekretninskih fondova već ispred prošlogodišnjih rezultata.

Ipak, ankete ukazuju da još uvijek među ulagačima vlada velik oprez. Raspoloženje ulagača, kad se radi o investicijama u europske nekretnine, palo je u lipnju na najnižu razinu u posljednjih godinu dana, priopćila je sektorska udruga INREV na temelju ankete svojih članova, što se poklapa s trendom pada raspoloženja i na američkom tržištu.

Njemačka, najveće ekonomija Europe, posebice je teško pogođena padom tržišta nekretnina, a promet je u prvoj polovici godine pao za dodatnih 2 posto, pokazuju podaci kompanije CBRE. Prošle godine cijene komercijalnih nekretnina su u Njemačkoj pale za 5,4 posto, što je bila već četvrta godina pada – iako je pad prepolovljen u odnosu na vrlo lošu 2023. kad je pad bio 10,2 posto.

Iako još uvijek visoke kamatne stope znače da ulagači u nekretnine moraju biti vrlo selektivni da bi zaradili na ulaganjima, sve veće šanse za priljev kapitala u Europu koji odlazi s nestabilnog američkog tržišta mogli bi potaknuti oporavak na dulji rok.

O stanju na tržištu komercijalnih nekretnina u Hrvatskoj pitali smo konzultantsku kuću Colliers Hrvatska i njihovu analitičarku Anitu Grbavac. Po njihovim podacima, vrijednost transakcija je prošle godine pala na tek 240 milijuna eura, ili gotovo 66 posto

manje u odnosu na 700 milijuna 2023. godine.

"Tržište komercijalnih nekretnine u Hrvatskoj karakterizira volatilnost transakcijskih volumena, što je posljedica relativno male geografske veličine tržišta i koncentracije investicijske aktivnosti u Zagrebu i na Jadranu, gdje se nalaze najatraktivnije nekretnine. Godišnji volumeni transakcija uvelike su uvjetovani razinom ponude, ali općenito može se zaključiti da kvalitetni investicijski proizvodi na atraktivnim lokacijama pronalaze kupce," kaže Grbavac, koja dodaje da se u nadolazećem periodu očekuje "relativna stabilnost prinosa na tržištu komercijalnih nekretnina u regiji," iako će na razinu prinosa "utjecati dostupnosti i cijena financiranja."

"Istodobno, interes međunarodnih investitora za naše tržište mogao bi porasti zbog potencijalne razlike u prinosima u odnosu na tržišta zapadne Europe. Ipak, iako veliki međunarodni investitori aktivno traže prilike na našem tržištu, nailaze na određena ograničenja zbog ograničene ponude potencijalnih transakcija veće vrijednosti (100 milijuna eura ili više) ili hotela sa 150 ili više soba, što pridonosi dojmju nelikvidnosti lokalnog tržišta u usporedbi s većim europskim tržištima," zaključuje Grbavac.

Kad se radi o uredskom tržištu, iz Colliersa kažu da investitori pokazuju najveći interes za uredske zgrade koje imaju kvalitetnu kombinaciju zakupaca (tenant mix) i dugoročne ugovore o zakupu, dok u izgradnji novih uredskih zgrada, najveći izazov predstavljaju odnos između troškova investicije i visine zakupnine koja se može postići na tržištu, budući da ona mora biti dovoljno visoka da bi opravdala troškove ulaganja.

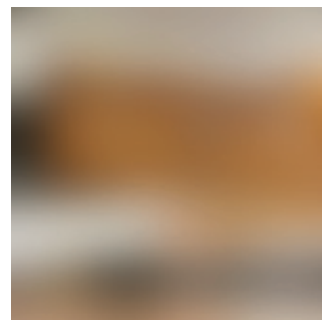
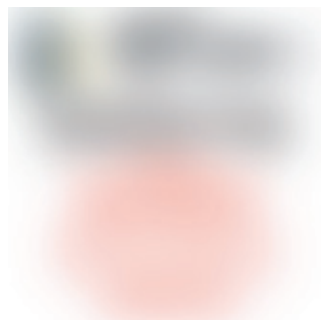
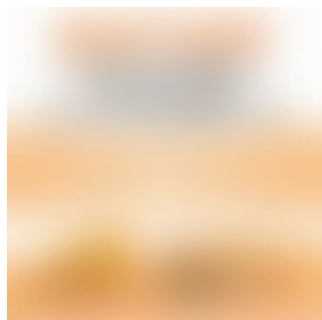
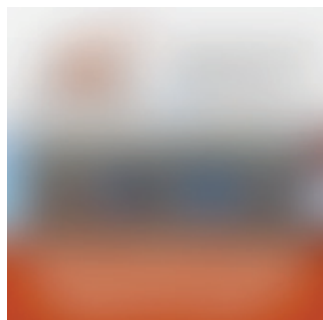
"U tom kontekstu, uredsko tržište u Zagrebu nakon duljeg razdoblja u kojem nisu razvijeni veći uredski projekti prolazi kroz fazu ekspanzije. Tijekom iduće dvije do tri godine očekuje se

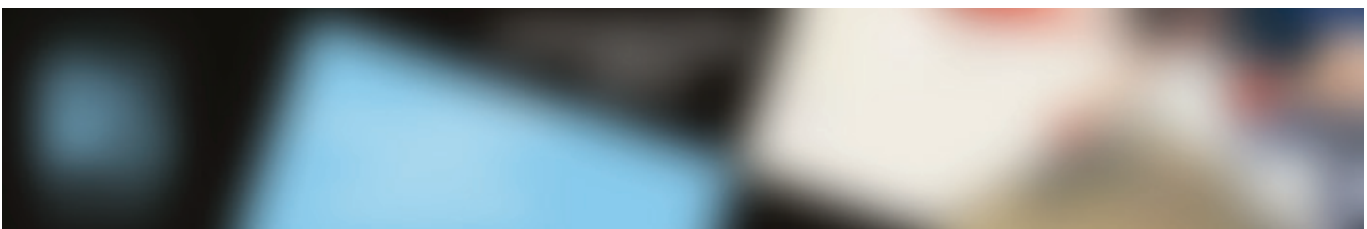
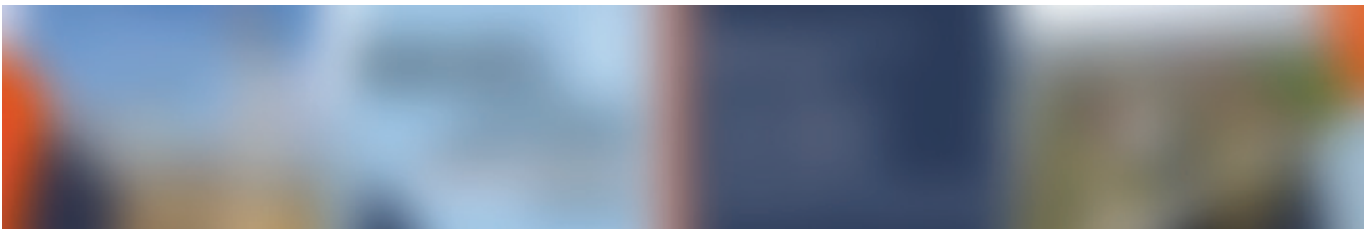
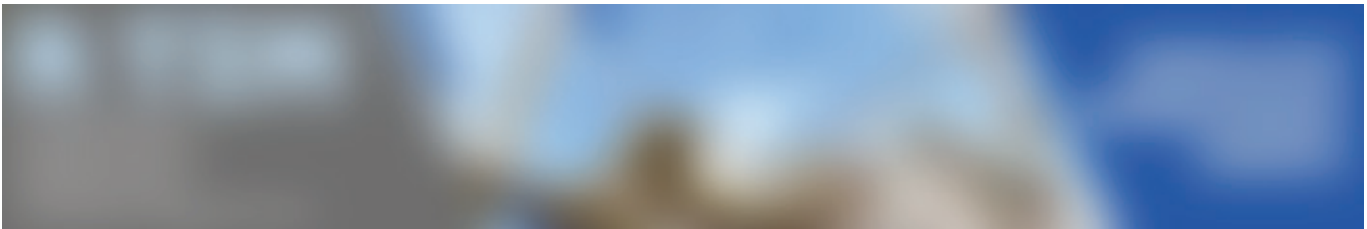
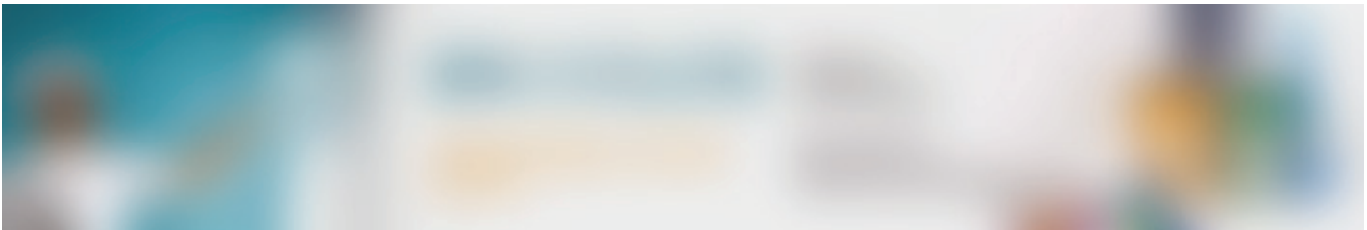
dolazak oko 100.000 četvornih metara novog uredskog prostora, čime će se povećati trenutni fond uredskog prostora, koji iznosi oko 1.6 milijuna četvornih metara. Pri tome je u posljednjih pet godina izgrađeno tek oko 5 posto ukupnog uredskog fonda, što dodatno naglašava važnost nadolazećih projekata za modernizaciju tržišta," kaže Grbavac.

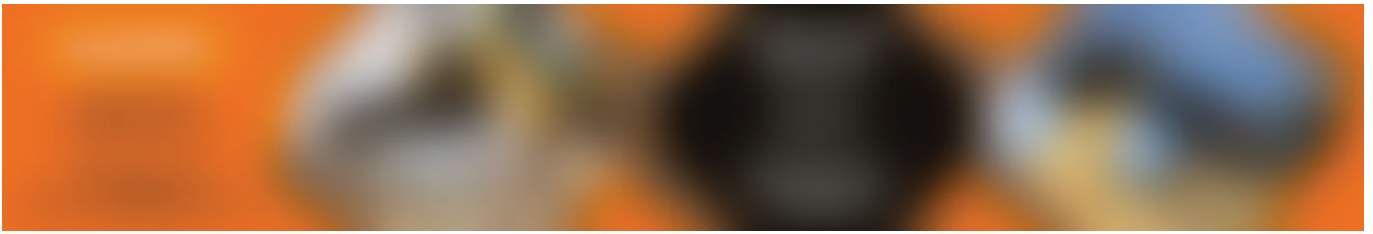
Segment logistike je u posljednjih nekoliko godina imao snažnu ekspanziju u posljednjih nekoliko godina, ponajprije u okolici Zagreba, ali i u logistički atraktivnim zonama poput Kukuljanova i Dugopolja. Potražnja je prisutna kako za manjim skladišnim prostorima do 2.000 četvornih metara, tako i za velikim suvremenim logističkim centrima površine veće od 5.000 kvadrata. U segmentu maloprodajnih nekretnina, hrvatsko tržište se opisuje kao "zasićeno i stabilno," što se vidi iz činjenice da u posljednjih nekoliko godina na području Zagreba nije izgrađen nijedan veći moderni trgovački centar, pa investitori preusmjeravaju interes na sekundarne i tercijarne lokacije diljem Hrvatske na kojima se grade tzv. retail parkovi. Na hotelskom tržištu je otvoreno nekoliko velikih projekata u prvoj polovici ove godine, primjerice u Zadru, na otoku Ugljanu i u Zagrebu.

"Tržište komercijalnih nekretnina u Hrvatskoj pokazuje različite razine zrelosti i dinamike, ovisno o sektoru, a unatoč oscilacijama u volumenima transakcija, interes investitora postoji, ali je uvjetovan dostupnošću kvalitetne ponude, makroekonomskim uvjetima te specifičnostima svakog pojedinog segmenta komercijalnih nekretnina. Uz to, geografski gledano, investicijska aktivnost i dalje je koncentrirana u Zagrebu i na Jadranu, dok su ostale regije slabije zastupljene," zaključila je Grbavac u komentaru za Financije.hr.

David Spaić Kovačić







Potražnja za strancima

Velika prepreka daljnjem razvoju gospodarstva je nedostatak radne snage



FOTO: FILIP BEUS

Manuela Vukelić na panel raspravi konferencije Uspješne žene

Kamgrad trenutačno zapošljava nešto više od 960 radnika, od kojih je oko 55 posto stranih državljana. Među njima, oko 30 posto dolazi iz udaljenijih zemalja poput Bangladeša, Egipta, Indije, Nepala i Gane. Ipak, najveći broj stranih radnika dolazi iz zemalja regije, prvenstveno iz Bosne i Hercegovine, Kosova i Albanije.

Ove brojke iznijela nam je Mirjana Igrec, direktorica u najvećoj hrvatskoj građevinskoj tvrtki Kamgrad. Kao i na tržištu rada generalno, manjak radne snage, kaže, osjeti se i u građevinskom sektoru.

- Zapravo, posebno u građevinskim zanimanjima koja su među najdeficitarnijim, što i nije iznenađujuće s obzirom na to da je građevinska industrija u Hrvatskoj posljednjih godina na vrhuncu. Zato smo usmjereni na privlačenje kvalitetnih radnika različitih profila. Prvenstveno zapošljavamo domaće radnike s odgovarajućim kvalifikacijama, ali zbog ograničene ponude sve češće angažiramo i radnike iz inozemstva kako bismo osigurali kontinuitet i kvalitetu projekata - govori Igrec.

Otkad su početkom 2021. godine ukinute kvote za zapošljavanje stranaca, broj agencija za privremeno zapošljavanje i posredovanje u zapošljavanju stranih radnika narastao je na nekoliko stotina. No, to se promijenilo novim izmjenama Zakona o strancima u ožujku ove godine, kojim su postroženi uvjeti za izdavanje radnih dozvola, kao i uvedene određene obveze za poslodavce.

Ministar unutarnjih poslova Davor Božinović se dva mjeseca nakon izmjena Zakona, pohvalio kako je izdano 7000 dozvola manje u odnosu na isto razdoblje prošle godine.

- Po raznim osnovama odbijeno je gotovo 18.000 zahtjeva, a broj zahtjeva agencija za privremeno zapošljavanje smanjen je za 70 posto. Trajno su ukinute 63 licence za autotaksi prijevoz i zatražen je raskid suradnje digitalnih platformi s 24 agregatora - rekao je Božinović u svibnju.

No, poslodavci i agencije za zapošljavanje ističu nešto drugačiju perspektivu.

- Građevinski sektor u Hrvatskoj zapošljava otprilike 150.000 ljudi i godišnje bilježi rast od 15 posto. Prema riječima ministra Branka Bačića, u građevini nedostaje oko 6 posto novih radnika, što je između 8 9 tisuća ljudi, kako bi se uspješno realizirali mnogi strateški projekti. Znano je da domaćeg radnika nema, odnosno nema ih dovoljno kako bi se taj nedostatak popunio. Izmjenama Zakona o strancima situacija sa zapošljavanjem strane radne snage, koja je donekle popunjavala tu prazninu, dodatno je otežala situaciju nedostatka radne snage u građevinskom sektoru. Iona-

ko dug proces zapošljavanja dodatno se usporio, a određene odredbe dovele su do nemogućnosti ikakvog zapošljavanja stranih radnika. Tako da uz to što nam godinama unazad nedostaje domaćih radnika, sada smo došli do toga da ukoliko se ovaj negativan trend nastavi više nećemo imati niti stranih radnika koji su, pogotovo kod manjih i srednjih poduzetnika, bili ključni da uz Hrvate osiguraju egzistencije brojnim obiteljima u Hrvatskoj - govori nam Manuela Vukelić iz agencije Job Hunter. Naglašava kako Job Hunter podržava zakonodavca u namjeri da se ulazak strane radne snage na hrvatsko tržište rada regulira te prilagođava stanju na terenu, ali i da mora iznijeti probleme koje su zakonske novine donijele sa sobom.

- Bojimo se da je zbog nepoznavanja ili nedovoljnog poznavanja prakse došlo do mnogih problema koji dovode do daljnjeg porasta nedostatka radne snage u građevini. Izmjene Zakona nisu pratili pravilnici te su izazvane brojne nedoumice i kod samih provoditelja zakona, koji nisu bili ili još uvijek nisu dovoljno educirani za provedbu svih odredbi te nerijetko imamo situacije gdje jedan

referent odbije zahtjeve, koje ako se ponovno predaju i završe kod drugog referenta, isti prihvaćaju - govori nam Vukelić. Sve je više, kaže, primjera u kojima jedan poslodavac preotima drugome radnika za kojeg je ovaj ishodovao sve sve potrebne dozvole te ga zaposlio.

- Oni koji ili nemaju uvjete za zapošljavanje stranih radnika ili dugo čekaju na postupak dobivanja dozvola za svoje radnike, odlučuju se na takve mjere samo kako bi uspjeli odraditi neki projekt i završiti započeti proces. Radnici, nažalost, nisu niti svjesni prekršaja kojeg čine pri takvom radu - kaže nam CEO tvrtke Job Hunter.

Skreće pažnju kako je jedan od novih uvjeta da poslodavac mora ostvarivati promet od minimalno 10.000 eura mjesečno svaki od šest mjeseci prije mjeseca u kojem je predan zahtjev za zapošljavanje stranog radnika.

- Što se tiče navedenog uvjeta, dosad nemamo pozitivnih iskustava u sektoru građevine u smislu izuzimanja od odredbe Zakona, pa je tako poslodavac mogao imati 50.000 eura promet za pet od tih mjeseca, dok mu je samo u jednom mjesecu promet bio primjerice 8.000 eura, te mu je zahtjev iz tog razloga bio ocijenjen negativno - govori Vukelić, te ističe sljedeći problem. Za građevinske radnike poput zidara, tesara, radnika visoko i niskogradnje, armirača, bravara i keramičara, koji se smatraju deficitarnim zanimanjima dosad nije bilo potrebno dokazivanje kompetencija, ali po novim izmjenama jest.

- Da se odmah ogradimo, ne smatramo nepotrebnim dokazivanje obrazovanja i iskustva, ali dokazi koji su potrebni za dokazivanje tih kompetencija nisu prilagođeni zakonodavstvu zemalja iz kojih strani radnici dolaze. Naime, kompetencije je moguće dokazati ili dokazom o završenom obrazovanju u traženom zanimanju, što u nekim slučajevima nije moguće jer većina tih radnika nije završila građevinske škole, nego su znanje stekli iskustvom. Drugi način dokazivanja kompetencija je putem radne knjižice u kojoj mora biti vidljivo i točno radno mjesto koje odgovara Nacionalnoj kvalifikaciji zanimanja Hrvatske, točno vrijeme trajanja radnog odnosa i naziv poslodavca, ponekad i potvrda tog poslodavca napisana kako HZZ to traži. Tu je pitanje imaju li u Uzbekistanu točan naziv radnog mjesta za koji se podnosi zahtjev za dozvolu u Hrvatskoj, na primjer - monter građevinskih elemenata. Neke zemlje nemaju niti poznaju termin radne knjižice. Neke jednostavno ne izdaju takve potvrde u obliku u kojem se u Hrvatskoj to treba dokazati putem njih. Bilo je i pozitivnih primjera gdje se znalo dobiti pozitivno mišljenje na temelju priloženih kompetencija koji su izvan okvira iznad navedenog, ali to je jedan od deset ureda do kojeg je možda iz središnjeg ureda došao takav napatuk. Zato napominjemo koliko je važna jednaka edukacija svih ureda HZZ-a i MUP-a. Na taj ćemo način i mi i strani radnici biti na vrijeme pripremljeni te neće biti nepotrebnog zagušivanja sustava nepotpu-

nom dokumentacijom. Ne smijemo smetnuti s uma da strani radnici koji dolaze u Hrvatsku dolaze iz niže razvijenih zemalja od nas, jer nitko ne ide s boljeg na lošije, a mi kojima nedostaje radnika i kojima ti radnici žele doći, im onda postavljamo uvjete očekujući kako su oni jednako razvijeni poput nas - zaključuje.

Dodatan problem nastao je kod predaje zahtjeva za dozvolom, koju nakon HZZ-a preuzima MUP. Prema novim odredbama zahtjev zaprima policijska postaja prema mjestu boravka stranog državljanina, a ne prema mjestu rada kao dosad. Međutim, kaže nam Vukelić, ova izmjena nije i tehnički popraćena.

- Online stranica Burze rada, preko koje se zahtjev podnosi, još uvijek nema prilagođeno automatsko proslijeđivanje zahtjeva na odgovarajuću policijsku postaju već i dalje proslijeđuje prema mjestu rada. Dakle, zahtjevi se uredno podnesu, poslodavac dobije pozitivno mišljenje HZZ-a, a za nekoliko dana dobije odgovor iz policije da je predao zahtjeve na krivu policijsku postaju te da podnese zahtjev prema mjestu boravka, što sam poslodavac ne može napraviti jer, kao što je spomenuto, stranica nije tehnički prilagođena - objašnjava. Kao još jedan od ključnih problema navodi obvezu prilaganja ugovora o najmu prilikom predaje zahtjeva za dozvolu.

- Poslodavac mora mjesecima prije zapošljavanja radnika sklopiti ugovor o najmu s najmodavcem koji pristaje čuvati smještaj dok ti radnici ne dođu, a možda neće ni doći u slučaju odbijanja dozvole, što se čeka dva mjeseca, ili odbijanja vize, što se čeka šest mjeseci. Izazov je pronaći adekvatan smještaj kako to propisuje Pravilnik o smještaju sezonskih radnika, a kamo li sa svim iznad navedenim otegnutim okolnostima - govori nam Vukelić, naglašavajući kako cilj nije nikoga optužiti.

- Najmanje referente u HZZ-u ili MUP-u s kojima, moram napomenuti, od prvog dana imamo odlične odnose, jer shvaćamo da je potrebno nekoliko mjeseci za prilagodbu, ali svi moramo težiti da faza prilagodbe čim prije završi, jer zahtjevi odbijeni u tom periodu rezultirat će kroničnim nedostatkom radne snage tek nekoliko mjeseci ili godina poslije, a tada će biti kasno - smatra.



Inače, u sektoru građevine, agencija Job Hunter, u Hrvatskoj najviše zapošljava radnike iz Uzbekistana.

- Radnici iz te zemlje pokazali su se kao vrsni majstori, a njihova je prednost i to što je jezična barijera znatno manja u odnosu na radnike iz Indije i Nepala. Građevinski radnici iz Uzbekistana svestrani su radnici koji znaju sve poslove u građevini, a posao obavljaju vrlo kvalitetno. Agencija Job Hunter u Uzbekistanu ima veliku bazu građevinskih radnika te može zadovoljiti sve potrebe i zahtjeve naših klijenata u građevinskom sektoru - kaže nam Vukelić.

Agencija Job Hunter, dodaje, u svom poslovanju prednost daje kvaliteti nad kvantitetom, odnosno zapošljavanju kvalitetnih radnika u bilo kojem sektoru, pa tako i u građevini. U skoro vrijeme pripremaju sveobuhvatne programe obuke i integracije, koji bi obuhvaćali kulturne i jezične radionice, kao i savjetovanje o lokalnim običajima i radnim standardima, s ciljem olakšavanja tranzicije i smanjenja stresa povezanog s preseljenjem.

- Time će si poslodavci moći osigurati da im novi radnici brže postanu



produktivni članovi tima, a radnici će se osjećati dobrodošlo i podržano u novom okruženju - smatra Vukelić.

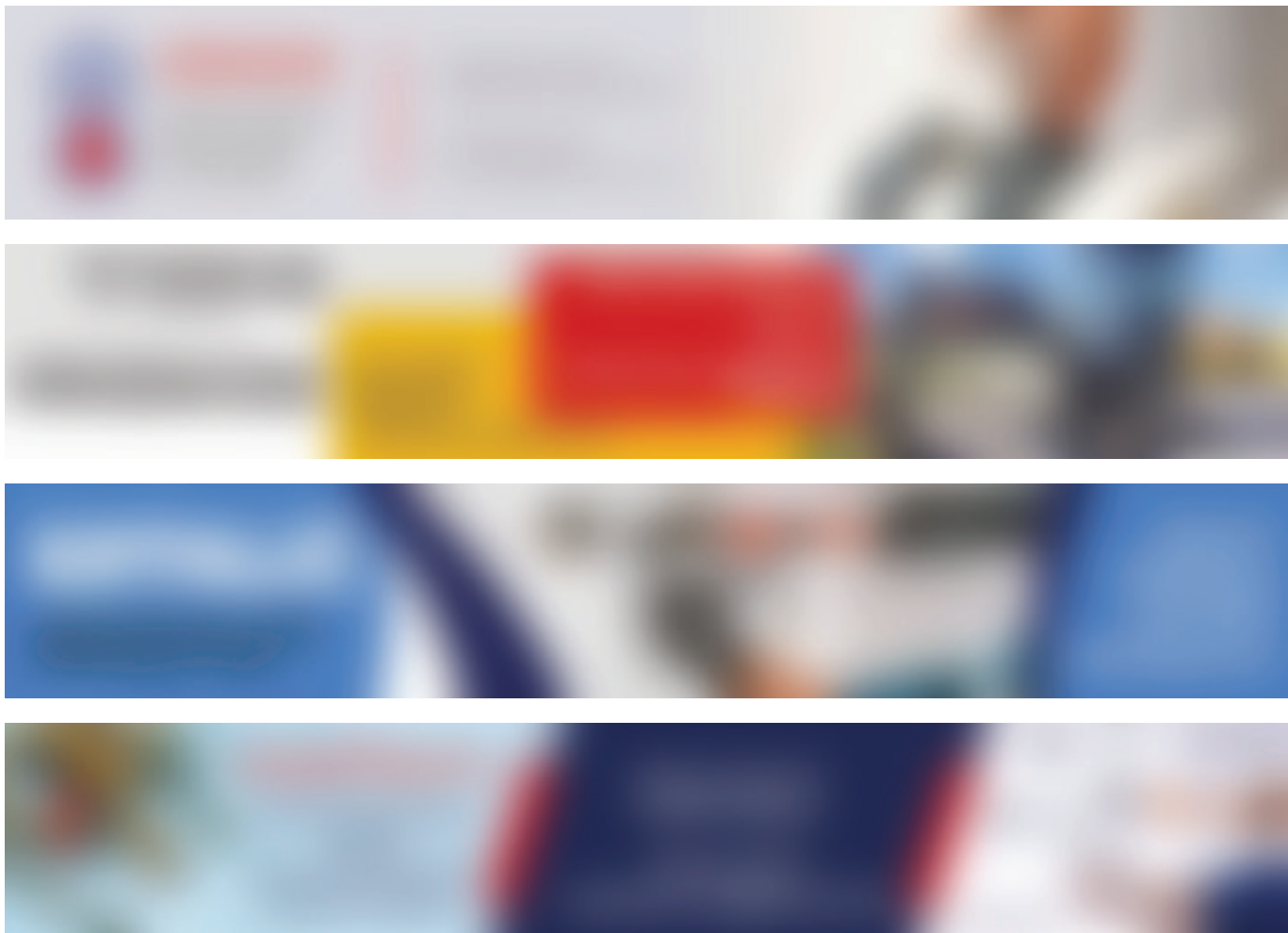
U Kamgradu nam, pak, govore kako kontinuirano surađuju sa stručnim školama i građevinskim fakultetima diljem Hrvatske.

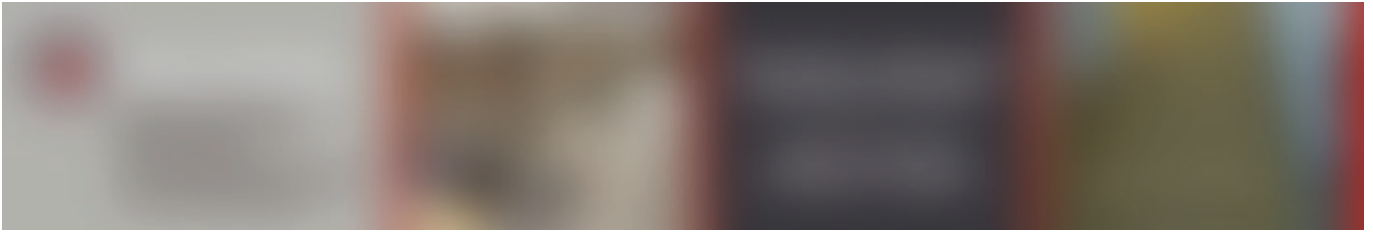
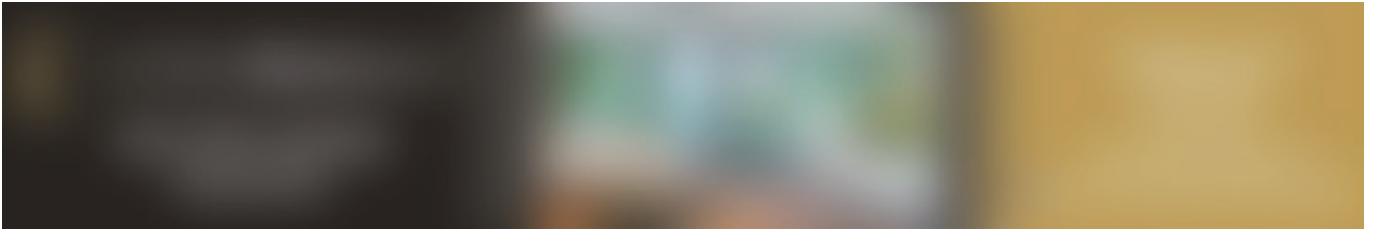
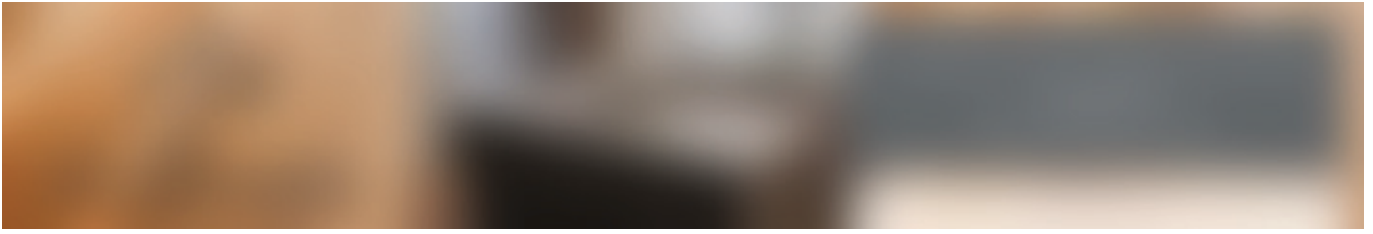
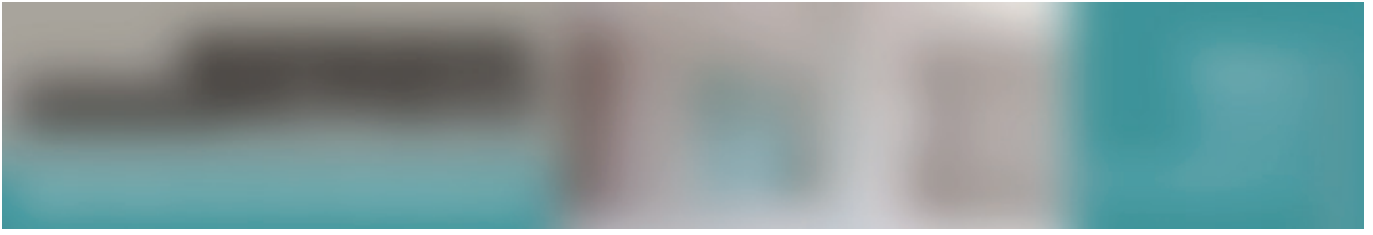
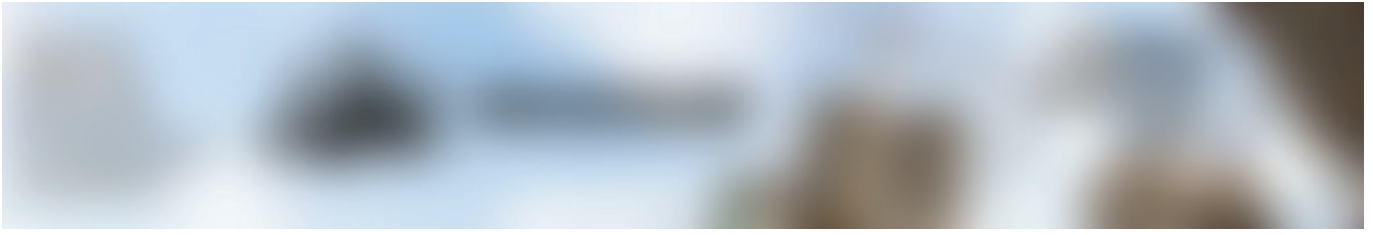
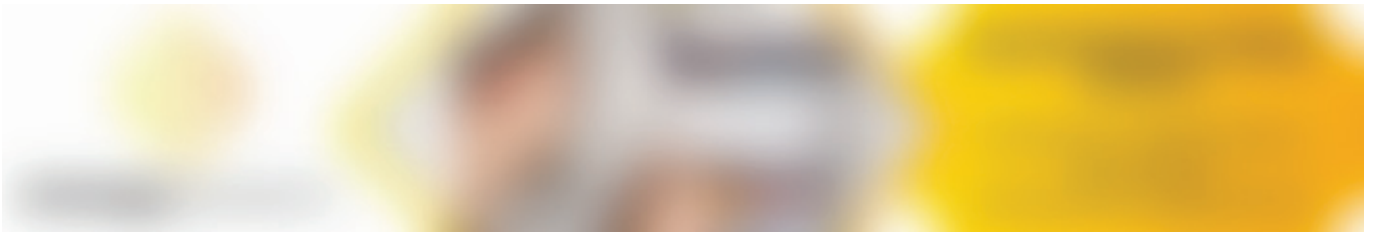
- Redovito stipendiramo mlade talente, pružamo im prilike za stručne prakse i pratimo njihov napredak tijekom školovanja. Budućim inženjerima nastojimo približiti stvarni rad na gradilištu kroz organizirane posjete i suradničke projekte. Naš je cilj povezati teoriju i praksu te motivirati mlade da ostanu u

građevinskoj struci - i što je još važnije, da ostanu u Hrvatskoj. Samo kao jedan primjer možemo istaknuti da, iako smo građevinska tvrtka, zapošljavamo i strojare i elektroinženjere, što mnogi često ni ne pomisle. Upravo zbog takvih situacija suradnja s obrazovnim institucijama i tržištem rada za nas je od posebne važnosti - ističe Igreg.

Inače, u Hrvatskoj je od početka godine do kraja svibnja izdano 83.252 dozvola za boravak i rad, od toga njih 25 tisuća u graditeljstvu.

Helena Marušić Čović





Obnova zgrada i zeleni certifikati

Poboljšanje energetske učinkovitosti prilika je za uštedu vlasnicima, ali i za zaradu izvođačima

Jedan od važnih stupova NPOO-a je zelena tranzicija, koja uključuje energetske obnovu zgrada, povećanje energetske učinkovitosti i poticanje korištenja obnovljivih izvora energije.

U današnje vrijeme, kada su klimatske promjene i energetska učinkovitost među glavnim globalnim prioritetima, obnova postojećih zgrada dobiva sve veći značaj, osobito u kontekstu održivog razvoja i zaštite okoliša. Zbog sve veće potrebe za održivim razvojem i smanjenjem emisija stakleničkih plinova, energetska učinkovitost zgrada postaje ključni element nacionalnih i europskih strategija. Isto tako, zbog sveobuhvatnih napora države, EU fondova i sektora građevine da

se modernizira i energetske obnovi stambeni i javni fond zgrada, Vlada se zakonodavstvom prilagođava europskom zelenom planu (EU Green Deal), Fit for 55 paketu te ciljevima klimatske neutralnosti do 2050. godine.

Ključni čimbenici u tom procesu prilagodbe su:

Nacionalni plan oporavka i otpornosti (NPOO)

NPOO je ključni dokument koji definira kako će Hrvatska koristiti sredstva

iz Mehanizma za oporavak i otpornost Europske unije radi ublažavanja posljedica pandemije COVID-19 te provođenja strukturnih reformi i investicija. Jedan od važnih stupova NPOO-a je zelena tranzicija, koja uključuje energetske obnovu zgrada, povećanje energetske učinkovitosti i poticanje korištenja obnovljivih izvora energije. Kroz ovaj plan financira se obnova višestambenih, javnih i kulturno-zaštićenih zgrada, pri čemu korisnici mogu ostvariti bespovratna sredstva do čak 80% investicije. Cilj je povećati otpornost zgradarskog fonda, smanjiti emisije CO₂ i potrošnju energije te potaknuti gospodarsku aktivnost građevinskog sektora.

Europski fond za regionalni razvoj (EFRR)

EFRR je jedan od glavnih strukturnih fondova Europske unije koji podupire gospodarsku, socijalnu i teritorijalnu koheziju smanjenjem razvojnih razlika među regijama. U Hrvatskoj, kroz Operativni program „Konkurentnost i kohezija“, EFRR sufinancira projekte energetske obnove zgrada, razvoj infrastrukture za obnovljive izvore energije, pametne mreže, te gradnju i obnovu javnih zgrada u skladu s principima održive gradnje. Fokus je na smanjenju potrošnje energije, borbi protiv energetske siromaštva i poticanju održivog urbanog razvoja, osobito u slabije razvijenim područjima.





Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost (FZOEU)

FZOEU je nacionalna institucija koja upravlja financiranjem projekata usmjerenih na očuvanje okoliša, povećanje energetske učinkovitosti i borbu protiv klimatskih promjena.

Fond raspisuje javne pozive za građane, javne ustanove i privatne investitore, kojima se sufinancira energetska obnova obiteljskih kuća, višestambenih zgrada, javnih objekata, kao i ugradnja sustava na obnovljive izvore energije (npr. solarni paneli, dizali-

ce topline). Fond također pruža edukativnu i tehničku podršku te potiče razvoj tržišta zelene gradnje. Djeluje u skladu s nacionalnim strategijama i direktivama EU, a njegov je rad ključan za provedbu projekata obnove na lokalnoj razini.

U Hrvatskoj velik broj stambenih i javnih zgrada izgrađen je prije donošenja suvremenih građevinskih standarda, što rezultira visokom potrošnjom energije i znatnim emisijama ugljikova dioksida. Energetska obnova zgrada, koja uključuje poboljšanje izolacije, zamjenu dotrajale stolarije, modernizaciju sustava grijanja i hlađenja te ugradnju obnovljivih izvora energije, ključan je korak prema smanjenju potrošnje energije i troškova za kućanstva i institucije.

Plan energetske obnove zgrada u Hrvatskoj se sastoji od slijedeće strategije:

- Fokus na smanjenje potrošnje energije i emisije CO₂ kroz obnovu ovojnica zgrada (fasade, krovovi, stolarija) i modernizaciju sustava grijanja/hlađenja.

- Financira se kroz EU fondove: Nacionalni plan oporavka i otpornosti (NPOO), Europski fond za regionalni razvoj (EFRR), Fond za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost (FZOEU).

Ciljevi do 2030.

- Obnova 2-3% postojećeg fonda zgrada godišnje.

- Prioriteti su zgrade s najlošijim energetske karakteristikama (energetski razred F i G).

Vrste zgrada

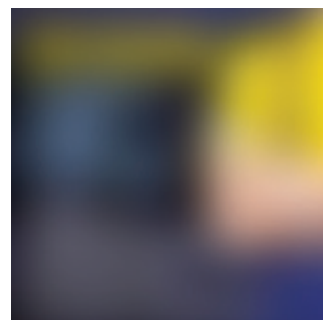
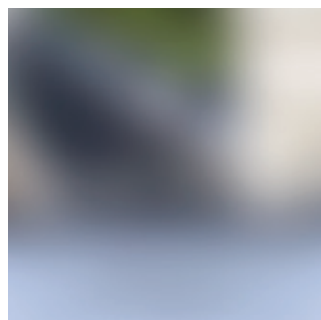
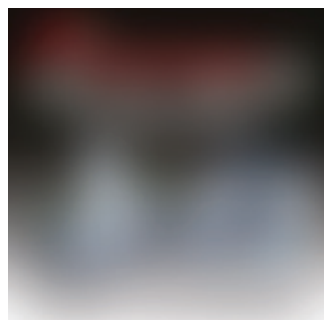
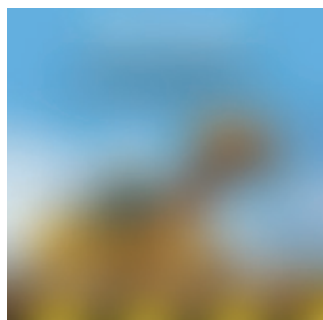
- Višestambene zgrade (posebno starije zgrade građene prije 1980.).

- Javni objekti: škole, bolnice, općinske zgrade.

- Kultura i baština: energetska obnova uz očuvanje kulturne vrijednosti.

Zeleni certifikati

Izdavanje zelenog certifikata, odnosno energetske certifikata zgra-



de, postaje važan instrument za ocjenjivanje energetske učinkovitosti i informiranje vlasnika, korisnika i tržišta o stanju zgrada, a postaje sve bitnije u procesu prodaje ili najma. Ovi certifikati ne samo da su zakonska obveza, već služe i kao poticaj za daljnju obnovu i unaprjeđenje zgrada. Kroz nacionalne i europske programe sufinanciranja te usklađivanje sa zakonodavstvom Europske unije, Hrvatska nastoji ubrzati proces obnove i podići kvalitetu svog građevinskog fonda na višu, održivu razinu.

Što su zeleni certifikati?

To su potvrde koje dokazuju da je određena zgrada energetska učinkovita i/ili koristi obnovljive izvore energije. U Hrvatskoj se to odnosi na energetski certifikat zgrade, koji prikazuje energetski razred (od A+ do G) i prijedloge za poboljšanja.

Svrha i koristi im je da pomognu pri transparentnosti za kupce/najmoprimce zgrada. Ujedno i povećaju tržišnu vrijednost nekretnine. Uvjet su

za sudjelovanje u nekim potporama i natjecanjima.

Novi europski standardi zahtijevaju usklađivanje sa smjericama Europske Direktive o energetskim svojstvima zgrada (EPBD). Uvođenje koncepta „zgrada s gotovo nultom potrošnjom energije“ (nZEB) kao obaveznog standarda za novogradnju.

Financiranje i poticaji idu kroz državni proračun i EU fondove. Postoje natjecaji FZOEU za sufinanciranje obnove. NPOO do 2026. za višestambene zgrade i javni sektor. Moguće su potpore do 60–80% investicije.

ESG i tržište nekretnina postaju sve više povezani. Zelena gradnja i održivost utječu na financiranje nekretnih i infrastrukturnih projekata. Banke nude zelene hipotekarne kredite s povoljnijim uvjetima za obnovljene zgrade.

Izazovi i perspektive

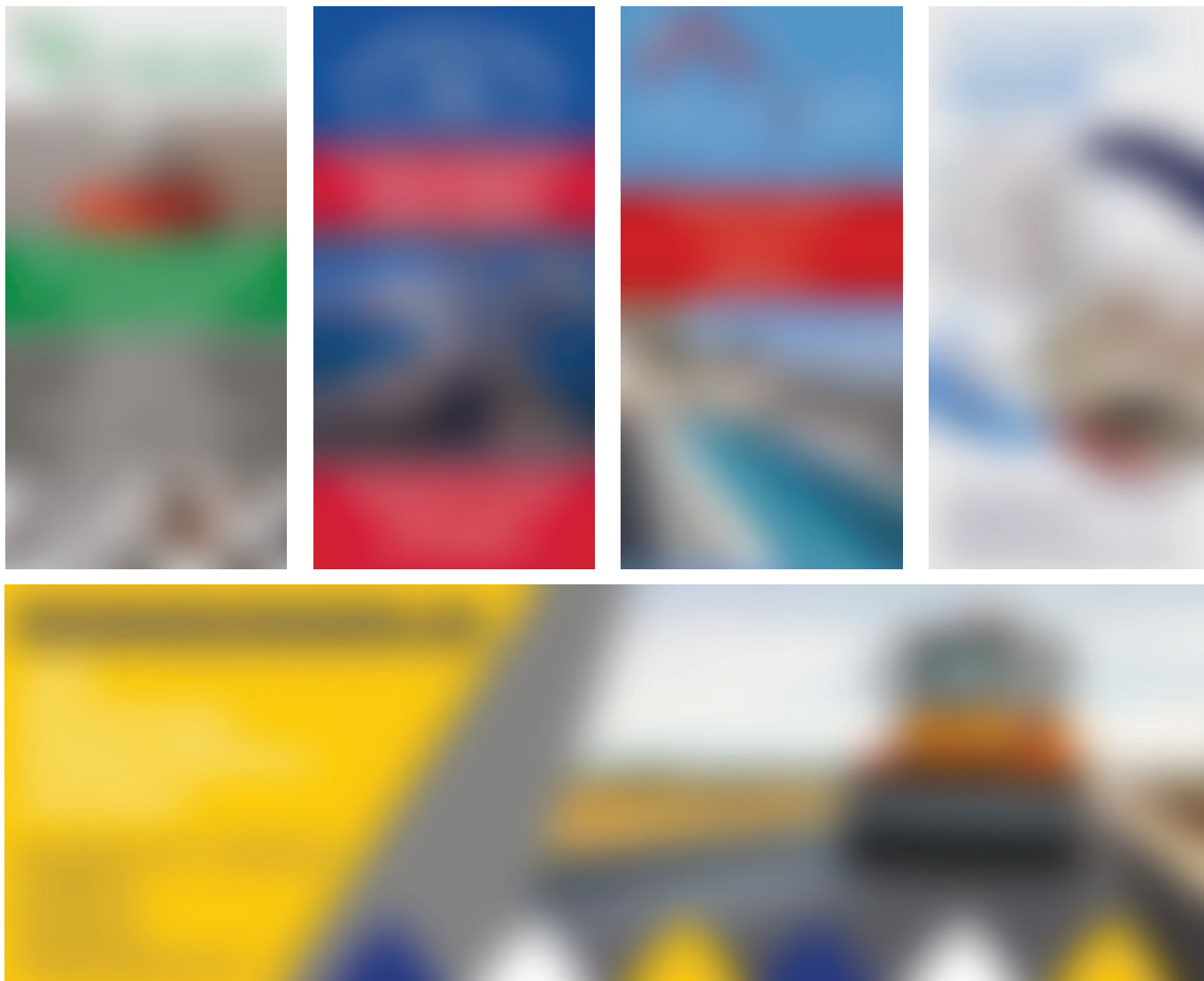
- Sporost administracije i složeni postupci prijave za subvencije.
- Nedostatak građevinskih kapaciteta i stručne radne snage.

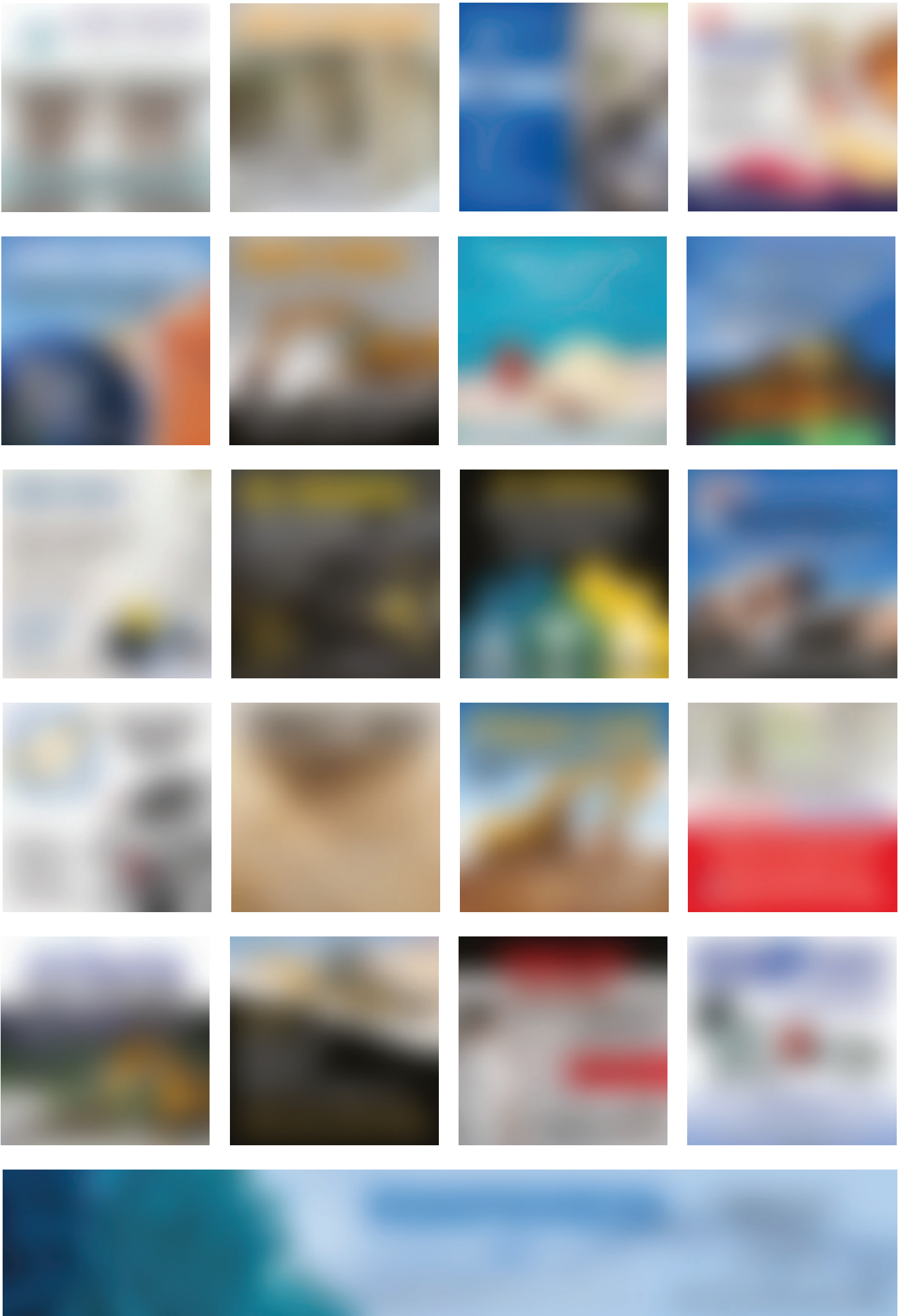
- Nužnost edukacije vlasnika i stana o važnosti obnove.

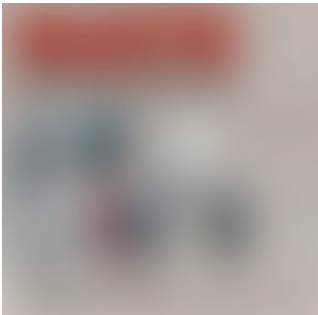
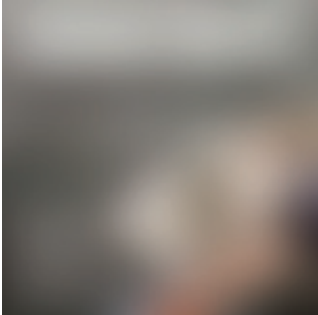
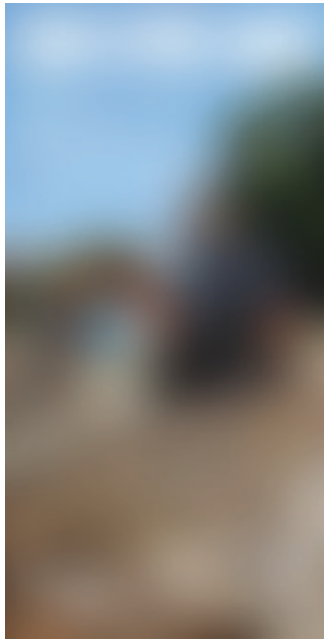
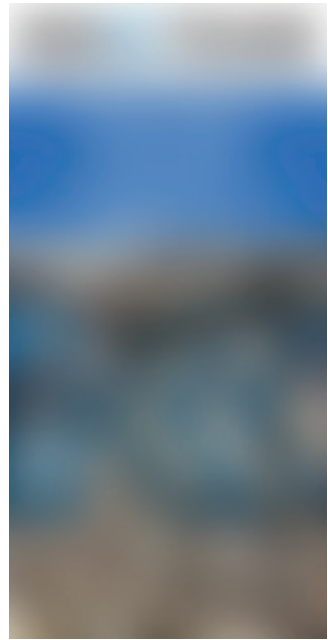
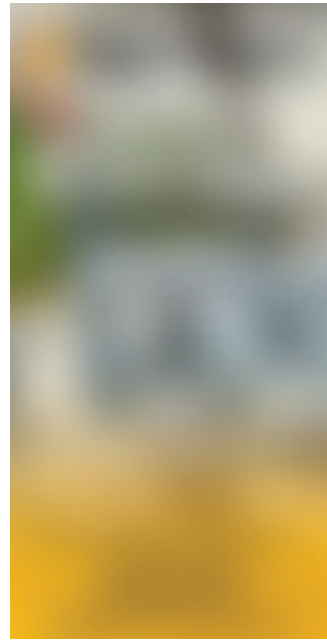
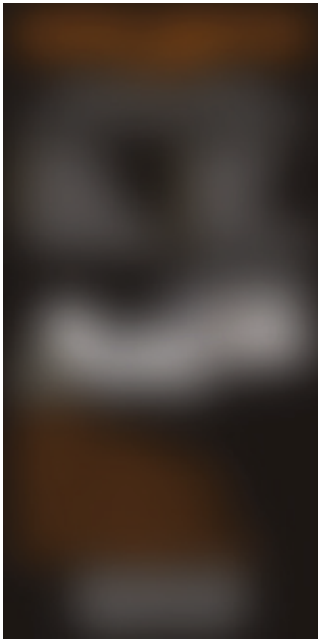
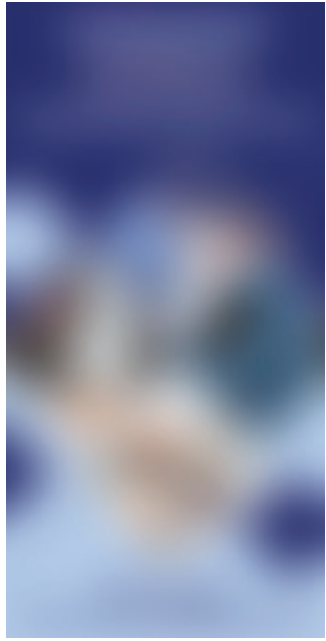
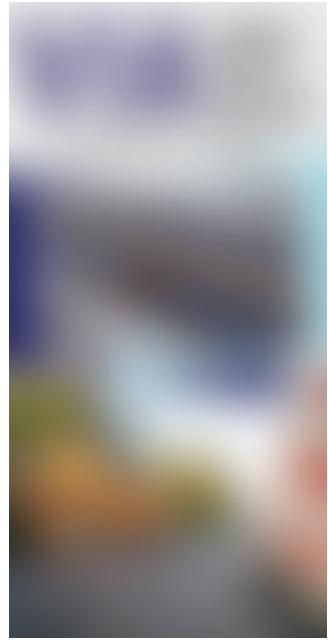
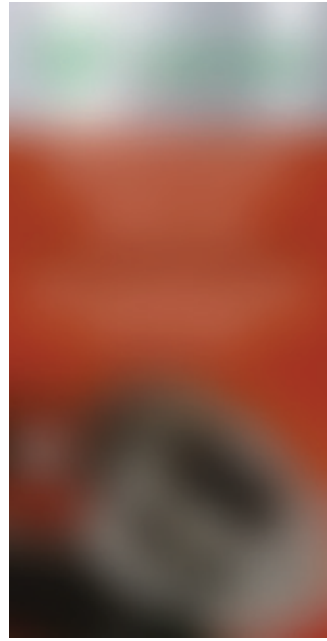
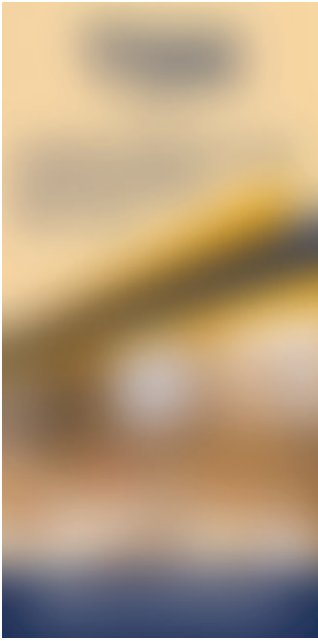
Zaključak

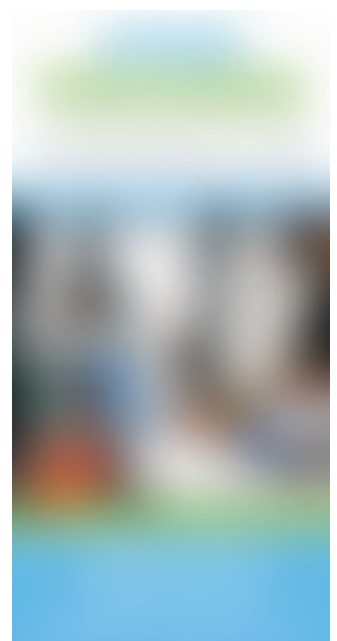
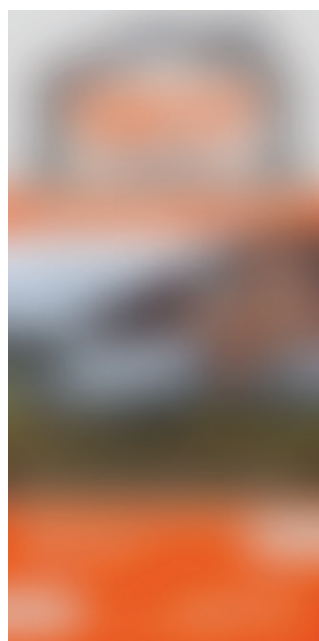
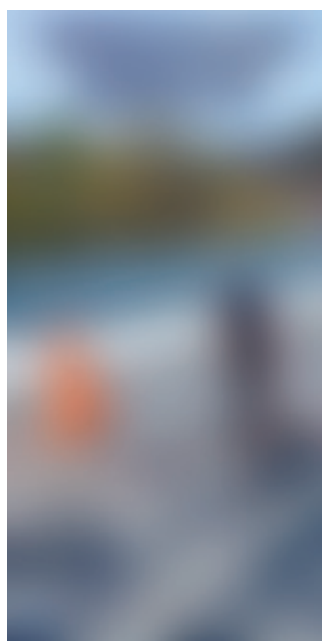
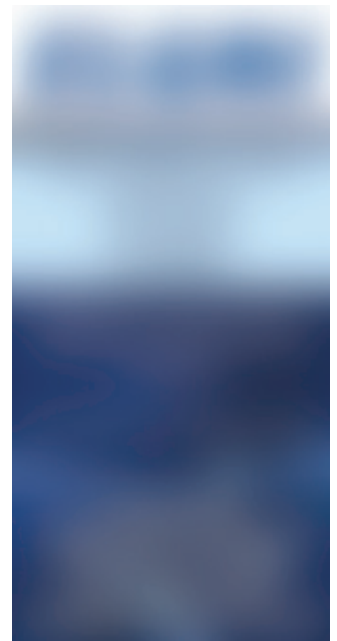
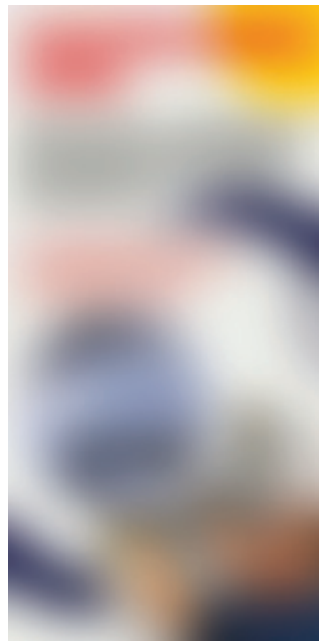
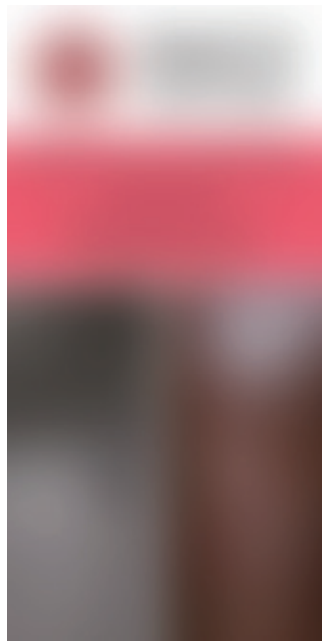
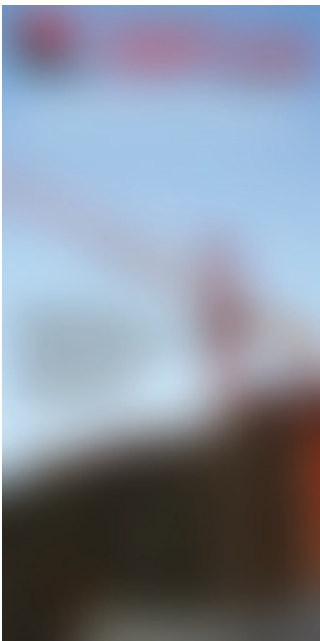
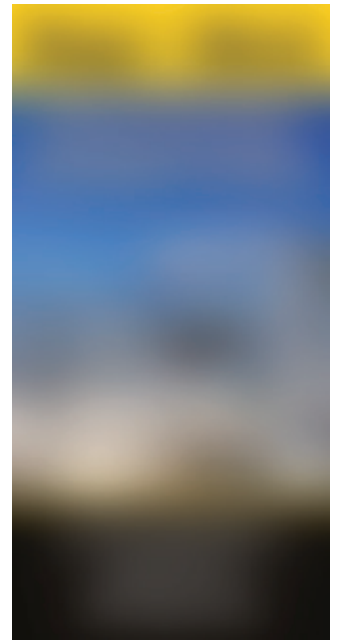
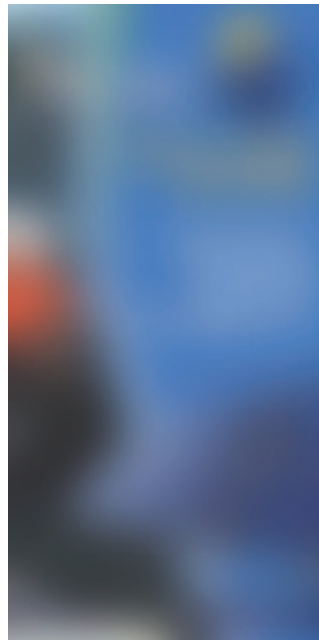
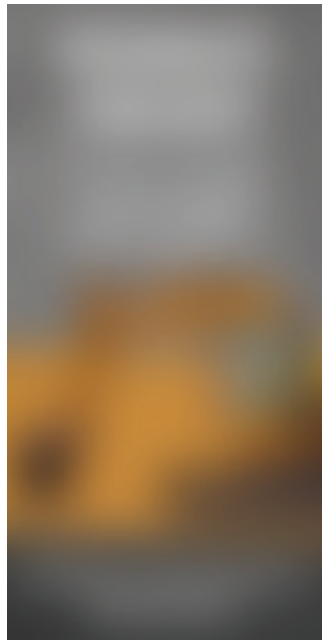
Hrvatska strategija obnove zgrada i korištenja zelenih certifikata temelji se na usklađivanju s europskim standardima i ciljevima zelene tranzicije. Kroz Nacionalni plan oporavka i otpornosti, strukturne fondove EU i aktivnosti Fonda za zaštitu okoliša i energetska učinkovitost, država potiče energetska obnove zgrada s naglaskom na smanjenje potrošnje energije, emisija CO₂ i povećanje kvalitete života. Zeleni certifikati, odnosno energetski certifikati, igraju važnu ulogu u transparentnom prikazu energetske učinkovitosti te služe kao poticaj za daljnje ulaganje u obnovu. Iako postoje izazovi poput administrativnih prepreka i nedostatka stručne radne snage, Hrvatska postupno gradi temelje za održiv, učinkovit i klimatski odgovoran građevinski sektor.

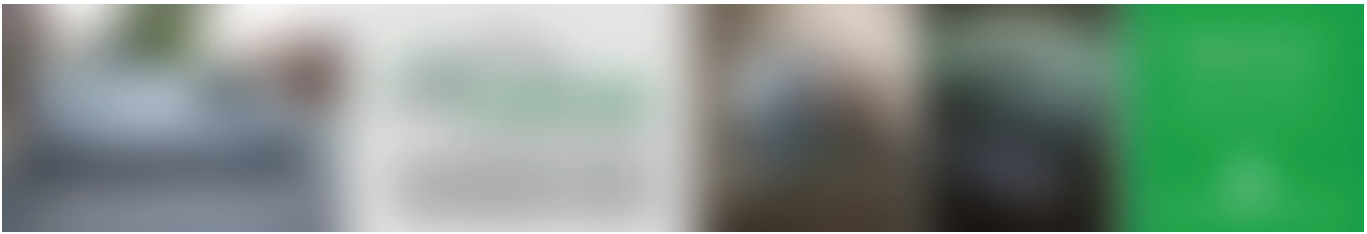
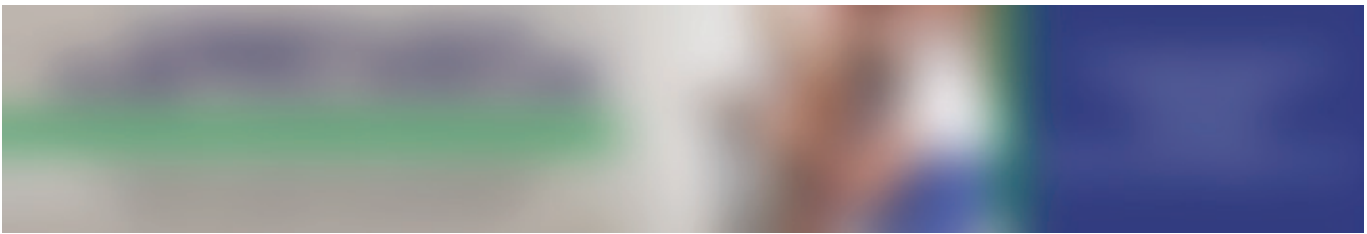
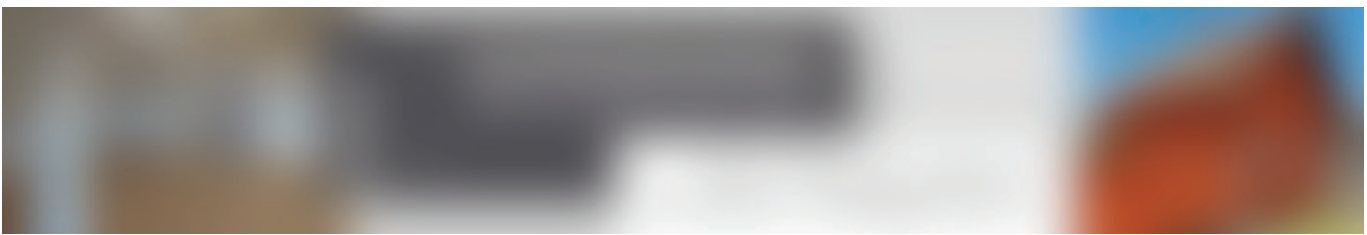
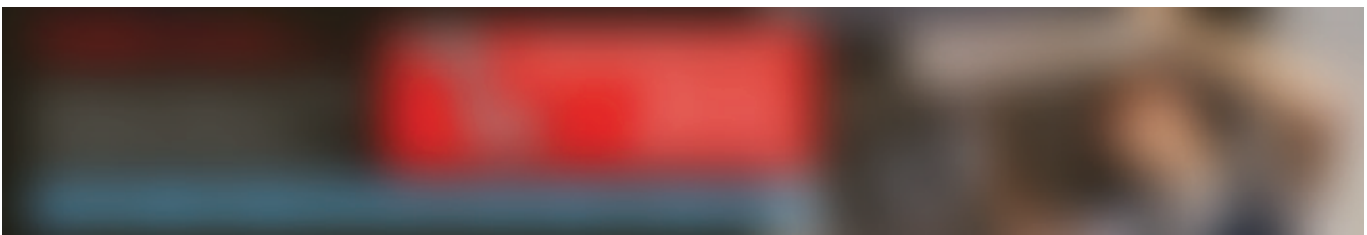
Suzana Vezilić

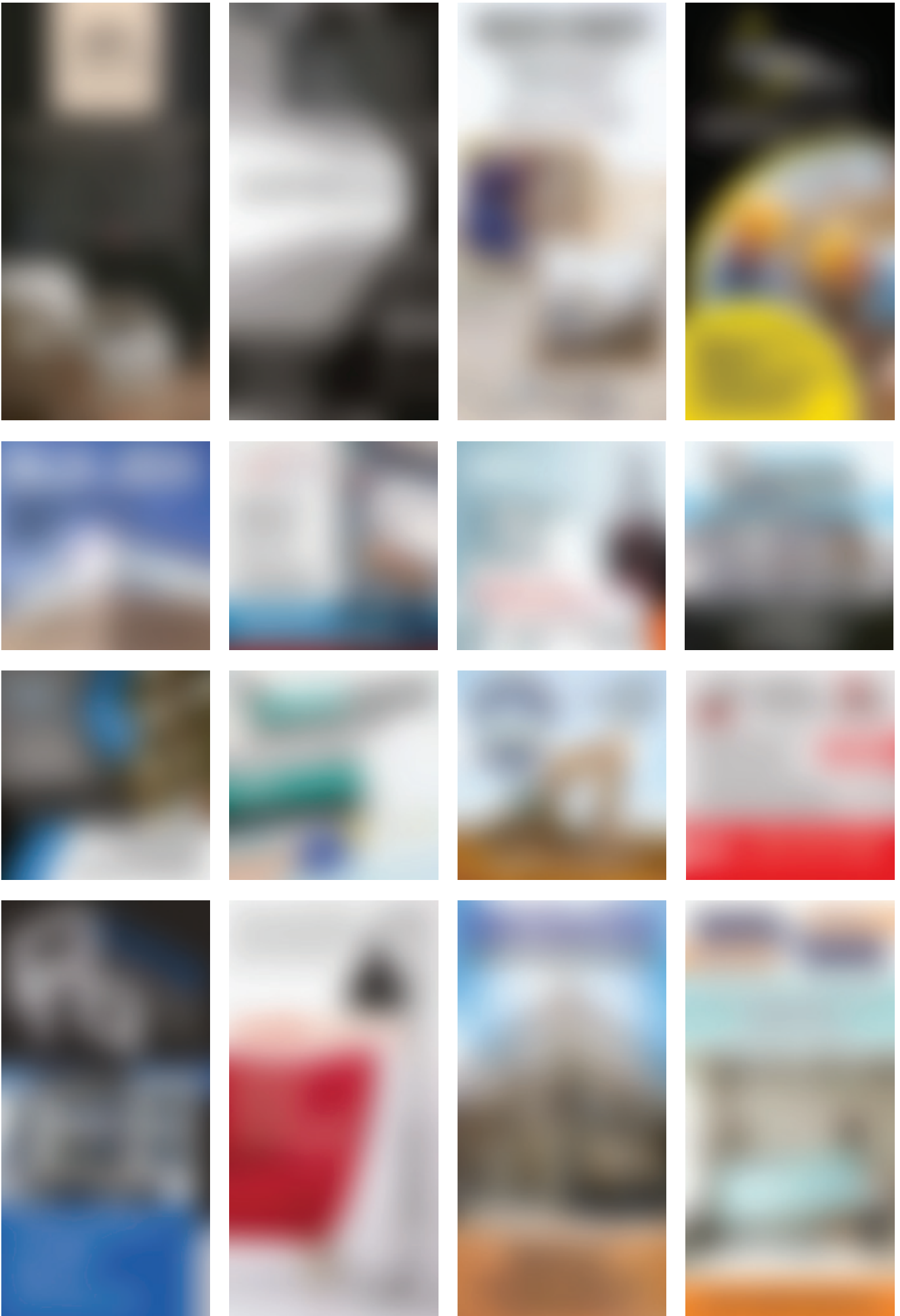


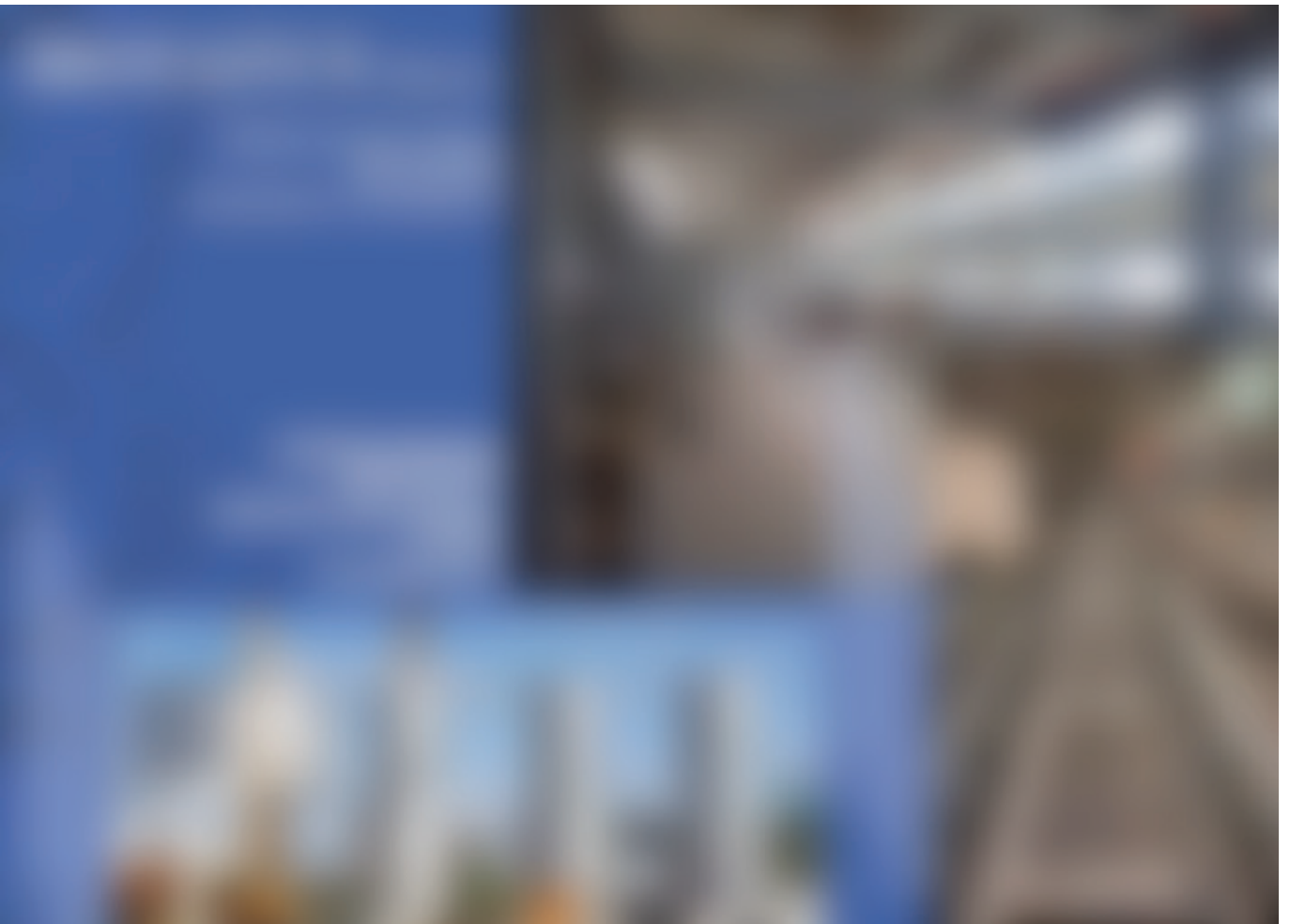














KULTURA I OBRAZOVANJE

Obrazovanje obrtnika ključno za Hrvatsku

Potrebno manje gimnazijalaca a više majstora

Hrvatska obrtnička komora razvila je u okviru projekta Erasmus+ Master 4.0: Unaprjeđenje majstorskih ispita online platformu za pripremu i polaganje majstorskih ispita

Obrazovanje je temeljno strateško pitanje za Hrvatsku, iz više razloga koji sežu i u povijesni, i u gospodarski, i u društveni kontekst. No, Hrvatska se suočava s nedostatkom kvalificirane radne snage, osobito u obrtničkim i tehničkim zanimanjima. Bez obrazovanog stanovništva nema rasta produktivnosti, inovacija ni tehnološkog napretka. Hrvatski obrtnički sektor ovisi o mladim stručnjacima kao što su bravari, vodoinstalateri, mesari, frizeri,

električari a Hrvatska obrtnička komora (HOK) kao i druge institucije već godinama upozoravaju da školujemo previše gimnazijalaca, a premalo majstora. Bez reforme obrazovanja nema tko preuzeti obrte, čime se gube ne samo radna mjesta, nego i kulturno nasljeđe zanata.

Škola oblikuje građane, a ne samo radnike. Uči ih odgovornosti, solidarnosti, znanju i povijesti a dobar obrazovni sustav pomaže očuvanju nacionalnog identiteta, jezika i tradicije, osobito u vremenu globalizacije.

Upravo zato, Hrvatska obrtnička

komora (HOK) je u postupku e-savjetovanja uputila sredinom lipnja 41 komentar na kurikulum za obrtnička zanimanja, pri čemu podržava uvođenje novih kurikuluma u sustav strukovnog obrazovanja i osposobljavanja te modernizaciju provedbe strukovnog obrazovanja, posebno isticanjem modularnog pristupa te jačanje segmenta učenja temeljenog na radu kao ključne komponente kvalitetnog strukovnog obrazovanja.

Traženo je da se u sve komentirane kurikulume uvrsti jasna informacija da se učenje temeljeno na radu



realizira naukovanjem učenika kod licenciranog poslodavca, odnosno uz prethodnu suglasnost ministarstva nadležnog za poduzetništvo i obrt. U komentarima na sve kurikulume HOK-a je istaknuo stav da je minimalno polovicu bodova od ukupnog obujma kvalifikacije potrebno ostvariti kod licenciranog poslodavca, čime se snažno naglasila potreba što većeg broja učenja temeljenog na radu kod poslodavca u realnom radnom okruženju.

Također, HOK je tražio jasno isticanje informacije o naučničkom ispitu kao dijelu obrane završnog rada, odnosno uvrštavanje informacije da je uvjet za stjecanje kvalifikacije izrađen i obranjen završni rad čiji je dio položen naučnički ispit. Zatraženo je i jasno isticanje da se provedba naukovanja, a time i posjedovanje Ugovora o naukovanju, regulira posebnim propisima kojima je uređena njegova provedba zato što je izuzetno važno da informacije o uvjetima i načinima obrazovanja u takvom modelu budu jasne i konkretno naglašene.

Dodatno, HOK je priložio komentar specifično za zanimanja kozmetičar i frizer, a na tragu zaključka Ceha frizera i kozmetičara i zaključka Upravnog odbora Hrvatske obrtničke komore, čiji je stav da se zanimanja frizer i kozmetičar trebaju provoditi u sustavu naukovanja trogodišnjoj razini budući da omogućava veći fond sati učenja temeljenog na radu. Naime, kurikulumi su trenutačno izrađeni na razini četverogodišnjeg programa, no unatoč tome što traju godinu dana dulje, sadrže manji fond sati učenja temeljenog na radu. Time je HOK i ovim putem ponovio svoj stav da je bitno osigurati provedbu obrazovanja za frizera i kozmetičara kao trogodišnje

programe i time još jednom naglasio da je praksa ključna.

„Kvaliteta novih kurikuluma za obrtnička zanimanja odrazit će se na budućnost hrvatskog obrtništva, zato je izuzetno važno da inzistiramo na učenju temeljenom na radu. Ne postoji bolji način za mladog obrtnika da nauči svoje zanimanje nego u obrtničkoj radionici pod budnim okom onog tko ima znanje i vještine. Istovremeno je riječ o prenošenju obrtničkog naslijeđa i stvaranje vještih novih generacija hrvatskih obrtnika. Obrtništvo je rastuća snaga, a osobito veseli promjena trenda i porast interesa za obrtničkim zanimanjima te stabilan rast upisane djece u ista – unatrag pet godina imamo više od 20.000 djece upisane u strukovne programe po jedinstvenom modelu obrazovanja koje zastupa HOK“, ističe predsjednik HOK-a Dalibor Kratochvil te dodaje kako je to rezultat zajedničkog rada Hrvatske obrtničke komore, područnih obrtničkih komora, samih obrtnika, ministarstva nadležnog za obrt, strukovnih škola, Hrvatskog zavoda za zapošljavanje i drugih dionika, naglasivši i kako je važno da je upisna politika počela pratiti preporuke Zavoda te se ide na povećanje kvota za upis u obrtnička zanimanja.

U školskoj godini 2023./2024. u JMO programe upisano je 4.524 učenika što je blagi porast u odnosu na školsku godinu 2022./2023. kada je upisano 4.256 učenika – 300 više nego prošle godine. Većina programa je popunjena već u ljetnom upisnom roku.

Broj zaposlenih u obrtu i djelatnostima slobodnih profesija u ožujku 2025. porastao je u odnosu na veljaču za 1,3 posto, pokazali su podaci Državnog zavoda za statistiku (DZS), objav-

ljeni tijekom svibnja. Porast broja zaposlenih ostvaren je u 16 područja djelatnosti, u rasponu od 0,2 posto u prerađivačkoj industriji te djelatnosti zdravstvene zaštite i socijalne skrbi do 3,4 posto u sektorima javne uprave i obrane, odnosno obveznom socijalnom osiguranju.

Pad broja zaposlenih prisutan je u dva područja djelatnosti, u rasponu od 0,5 u opskrbi vodom, uklanjanju otpadnih voda, gospodarenju otpadom te djelatnosti sanacije okoliša do 1,2 posto zabilježenih u rudarstvu i vađenju.

Broj zaposlenih u financijskim djelatnostima i djelatnostima osiguranja ostao je na razini iz veljače 2025. godine.

Uspoređujući broj zaposlenih po županijama, porast je ostvaren u 20 županija. Pritom se kretao od 0,1 posto u Sisačko-moslavačkoj i Međimurskoj županiji do četiri posto u Dubrovačko-neretvanskoj županiji. U Brodsko-posavskoj županiji broj zaposlenih ostao je na razini iz veljače, priopćeno je iz DZS-a.

Dodajmo i da je broj žena zaposlenih u obrtu i djelatnostima slobodnih profesija u ožujku bio veći za 1,1 posto.

Polaganje majstorskog ispita – preduvjet za praksu

Komorski sustav je u ovoj godini proveo dva ispitna roka majstorskih ispita, čime je Hrvatska dobila 389 novih majstora, a do kraja godine provest će se još dva ispitna roka. U protekloj godini majstorski ispit položilo je 884 kandidata.

U veljači i rujnu majstorski ispiti održavaju se u Krapini, Karlovcu, Koprivnici, Čakovcu, Slavanskom Brodu, Požegi, Vinkovcima, Gospiću, u veljači u Rijeci te u svibnju i prosincu u Zagre-

bu, Sisku, Bjelovaru, Varaždinu, Osijeku, Zadru, Virovitici, Šibeniku, Puli, Rijeci, Dubrovniku i Splitu.

Po rokovima u pravilu najzastupljeniji sektori su osobne usluge (frizeri i kozmetičari najviše), zatim elektrotehnika, pri čemu se elektroinstalateri u porastu, a slijedi ih strojarstvo (strojobravari, bravari, auto struka i instalateri grijanja i klimatizacije) te ugostiteljstvo i turizam (kuhari, slastičari, natkonobari).

„Majstorska diploma pečat je kvalitete i jedina prava garancija visoke razine stručnosti i odgovornosti te vladanja svojom strukom. Ponavljam svakom prilikom – majstori su izuzetno traženi, plaćeni i cijenjeni te je sve jača svijest o potrebi i važnosti tih zanimanja, kao i o kvalitetnoj egzistenciji koju osiguravaju. Bez obzira na promjene i razvoj tehnologije, riječ je o zanimanjima prošlosti, sadašnjosti i budućnosti. Zlatne ruke te znanje i iskustvo koje ih vode su nezamjenjivi i neprocjenjivi, a majstorska diploma potvrda je i jamstvo građanima da je riječ o majstorima svojih zanata“, istaknuo je Kratochvil prilikom potpisivanja majstorskih diploma stečenih na ispitima u travnju.

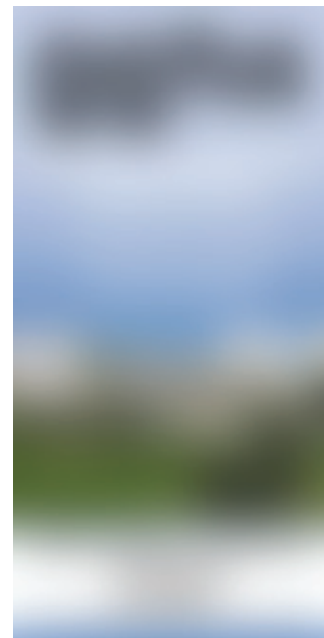
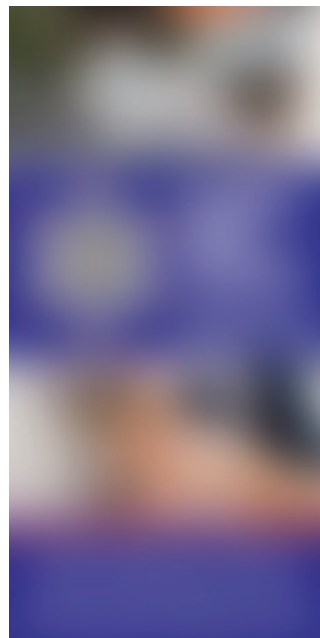
Majstorski ispit je kompleksan ispit kojim se dokazuje najveća razina obrazovanja u obrtništvu - razina 5 prema Hrvatskom kvalifikacijskom okviru. Provodi se prema uvjetima i programu koji je propisalo ministarstvo nadležno za obrt, odnosno Ministarstva gospodarstva, a uspješnim polaganjem se stječe Diploma o majstorskom zvanju.

Majstorski ispit moguće je polagati za 62 majstorska zvanja, a u brojnim zanimanjima položen majstorski ispit daje pravo na otvaranje obrta, odnosno samostalno obavljanje zanimanja: samozapošljavanje. Također, majstorski is-

pit je jedan od preduvjeta koji omogućuje primanje učenika na praktični dio naukovanja.

Dodatno, kako bi kandidatima olakšala pripremu za polaganje majstorskog ispita, Hrvatska obrtnička komora razvila je u okviru projekta Erasmus+ Master 4.0: Unaprijeđenje majstorskih ispita online platformu za pripremu i polaganje majstorskih ispita – sve s ciljem povećanja broja obrtnika u Hrvatskoj.

Lejla barić





PRAVO I
PRAVOSUĐE

Kako do napredka

Regulatorne promjene i poduzetnici u Republici Hrvatskoj

Izazovi i prilagodbe u dinamičnom regulatornom okruženju

Hrvatsko poslovno okruženje kontinuirano se suočava s učestalim regulatornim promjenama koje izravno utječu na način poslovanja poduzetnika. Godine 2024. i 2025. označile su razdoblje intenzivnih zakonodavnih reformi koje obuhvaćaju različita područja - od poreznog sustava i zaštite podataka do promjena u računovodstvu i upravljanju nekretninama. Ove promjene predstavljaju složen izazov za poduzetnike koji moraju kontinuirano prilagođavati svoje poslovne procese kako bi ostali u skladu s važećim propisima.

Najznačajnije promjene s kojima se hrvatski poduzetnici suočavaju odnose se na poreznu reformu koja je stupila na snagu početkom 2025. godine. S početkom 2025. godine, minimalna bruto plaća je porasla na 970,00 eura, dok je direktorska bruto plaća dosegla 1.168,70 eura. Osobni odbitak je porastao na 600,00 eura, što

je izravno utjecalo na obračun plaća i porezne obveze.

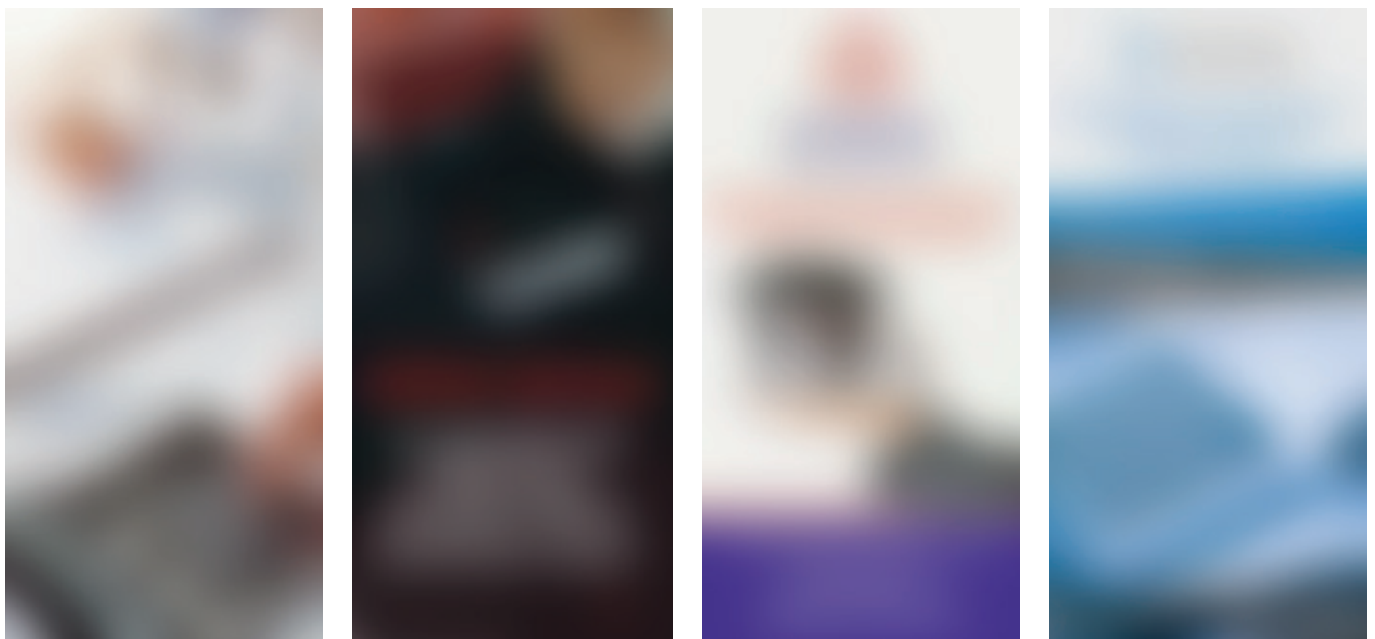
Ove promjene predstavljaju značajan financijski teret za mala i srednja poduzeća koja čine okosnicu hrvatskog gospodarstva. Povećanje minimalnih plaća direktno utječe na troškove rada, što može rezultirati potrebom za reorganizacijom poslovnih procesa ili čak smanjenjem broja zaposlenih u pojedinim sektorima.

Posebno važna promjena odnosi se na paušalno oporezivanje. Od 2025. paušalno plaćanje poreza na dohodak bit će moguće za one čiji primitak ne prelazi prag od 60.000 eura. Također, obrtnici i poljoprivrednici koji su 2024. zbog prometa većeg od 40.000 eura morali prijeći na vođenje poslovnih knjiga mogu se ponovno vratiti na paušalno oporezivanje. Ova fleksibilnost omogućava malim poduzetnicima lakše upravljanje administrativnim obvezama, ali istovremeno zahtijeva pažljivo planiranje zbog mijenjanja pragova.

Jedna od najkontroverznijih promjena je uvođenje poreza na nekretnine. Od 1. siječnja 2025. uvodi se porez na nekretnine koji zamjenjuje prijašnji porez na kuće za odmor. Porez na nekretnine plaćaju domaće i strane, pravne i fizičke osobe koje su vlasnici nekretnina na dan 31. ožujka godine za koju se utvrđuje porez.

Ova promjena posebno pogađa poduzetnike koji koriste nekretnine u poslovne svrhe ili imaju investicijska svojstva. Dodatni porezni teret može značajno utjecati na profitabilnost poslovanja, osobito u sektorima poput turizma gdje su nekretnine ključni poslovni resursi.

Značajne promjene dogodile su se i u području računovodstva. U odnosu na stari Zakon o računovodstvu, novim Zakonom kriteriji za razvrstavanje poduzetnika povećali su se za 25% zaokruženo na cijeli broj. Razvrstavanje poduzetnika bitno je radi izrade godišnjih financijskih izvještaja te primjene standarda financijskog izvještavanja.



Ovo povećanje kriterija znači da će određeni broj poduzeća morati primijeniti složenije računovodstvene standarde i detaljnije financijsko izvješćavanje. Za mnoge poduzetnike to predstavlja dodatne troškove angažmana stručnih računovođa ili investiciju u sofisticiranije računovodstvene sustave.

Usprkos tome što je Opća uredba o zaštiti podataka (GDPR) implementirana još 2018. godine, njezin utjecaj na hrvatske poduzetnike ostaje značajan. Agencija za zaštitu osobnih podataka lani je izrekla više od osam milijuna eura kazni pozicioniravši se na deveto mjesto najrevnijih agencija u Europskoj uniji. Koliko su povećali napore govori podatak da je od 2020. izdano ukupno 9,05 milijuna eura kazni.

Ova statistika jasno pokazuje da se regulatorno okruženje u području zaštite podataka pooštrilo, što zahtijeva od poduzetnika kontinuirano ulaganje u sustave zaštite podataka i edukaciju zaposlenika. Mnoga mala poduzeća još uvijek nemaju adekvatne procedure za rukovanje osobnim podacima, što ih izlaže značajnim regulatornim rizicima.

Tehnološki napredak kontinuirano postavlja nove izazove. U posljednjih dvadesetak godina drastično se ubrzao protok podataka, a količine podataka koje se svakodnevno generiraju mjere se u terabajtima. Time su se pojavili novi izazovi u zaštiti osobnih podataka i potreba za uspostavljanjem novog zakonodavnog okvira, jer onaj iz 1995. godine više nije mogao odgovoriti na izazove digitalnog doba.

Unatoč regulatornim izazovima, država nastoji podržati poduzetnike kroz



Dodatni porezni teret može značajno utjecati na profitabilnost poslovanja

različite programe financiranja. Gospodarstvo će i dalje imati na raspolaganju različite opcije kroz bespovratna sredstva za poduzetnike, koja primarno uključuju podršku inovacijama.

Posebno je važan program podrške obrazovanju obrtnika. Korisnici bespovratnih sredstava temeljem ovog Programa mogu biti mikro, mala i srednja poduzeća (isključivo obrti, trgovačka društva i zadruge) te fizičke osobe. Bespovratna sredstva namijenjena su sufinanciranju troškova nastalih tijekom 2024. i 2025. godine s osnove: - stjecanja obrazovanja za obavljanje vezanih obrta sukladno programima obrazovanja/ispita koje donosi javnopravno tijelo nadležno za obrt.

Jedan od glavnih problema s kojima se poduzetnici suočavaju je brza uvođenja regulatornih promjena. Često se događa da se novi propisi donose s kratkim rokovima za implementaciju, što ostavlja ograničeno vrijeme za prilagodbu poslovnih procesa. To je posebno problematično za mala poduzeća koja nemaju resurse za stalne pravne savjetnike ili compliance stručnjake.

Dodatni izazov predstavlja složenost regulatornog okvira. Hrvatski poduzetnici moraju se nositi s propisima na nekoliko razina - lokalnim, nacionalnim i europskim. Često se događaju neusklađenosti između različitih razina regulacije, što stvara pravnu nesigurnost.

Mnogi poduzetnici prepoznaju digitalizaciju kao ključ za lakše nošenje s regulatornim promjenama. Implementacija digitalnih rješenja za računovodstvo, upravljanje ljudskim resursima i compliance omogućava automatizaciju brojnih procesa i smanjuje rizik od grešaka.

Međutim, digitalna transformacija zahtijeva značajne početne investicije, što predstavlja prepreku za mnoge male poduzetnike. Potrebna je državna podrška kroz subvencije ili porezne olakšice za investicije u digitalne tehnologije.

Različiti sektori suočavaju se s jedinstvenim regulatornim izazovima. Turistički sektor, koji je ključan za hrvatsko gospodarstvo, po-

sebno je pogođen promjenama u poreznom sustavu i propisima o nekretninama. IT sektor se suočava s izazovima GDPR-a i nadolazećim AI aktom koji će urediti korištenje umjetne inteligencije.

Građevinski sektor mora se prilagoditi novim propisima o upravljanju zgradama i energetskej efikasnosti, dok se poljoprivredni sektor suočava s promjenama u europskim propisima o subvencijama i ekološkim standardima.

Regulatorne promjene u Hrvatskoj predstavljaju kontinuiran izazov za poduzetnike, ali i priliku za modernizaciju i povećanje konkurentnosti. Ključno je proaktivno pristupiti regulatornim promjenama kroz:

1. Redovito praćenje zakonodavnih promjena i njihova tumačenja

2. Investiranje u digitalne rješenja koja olakšavaju compliance

3. Korištenje dostupnih državnih programa podrške

4. Edukaciju zaposlenika o regulatornim obvezama

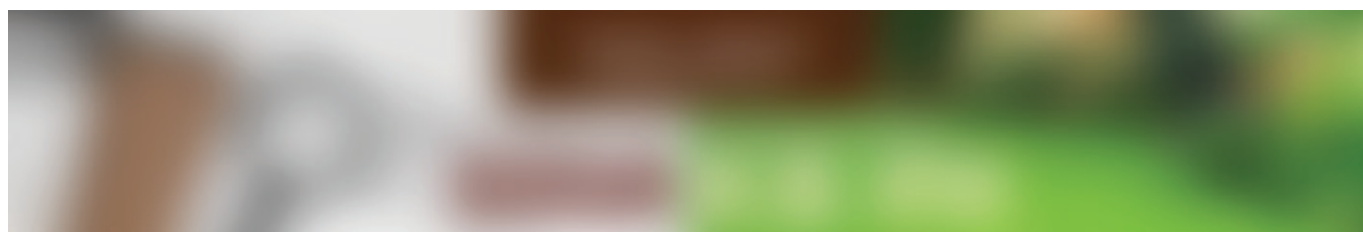
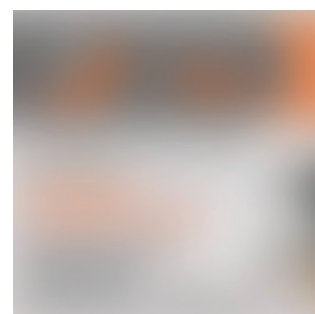
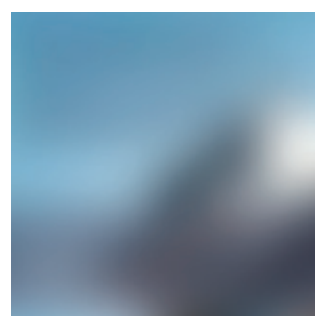
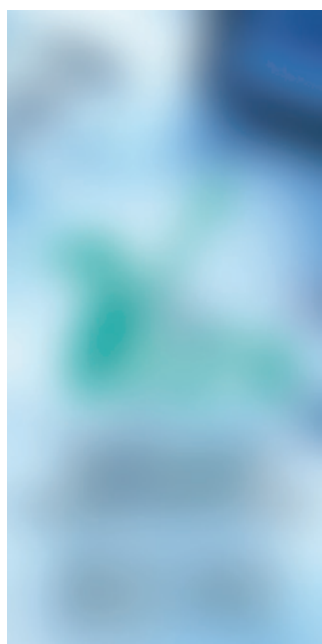
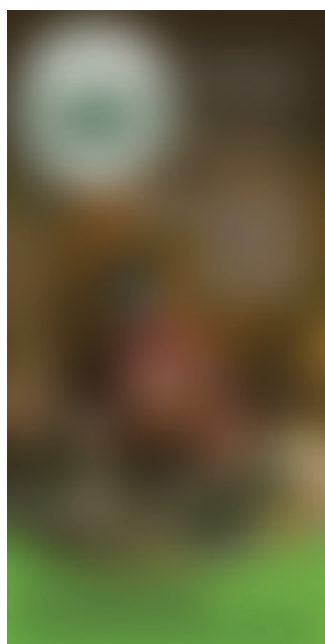
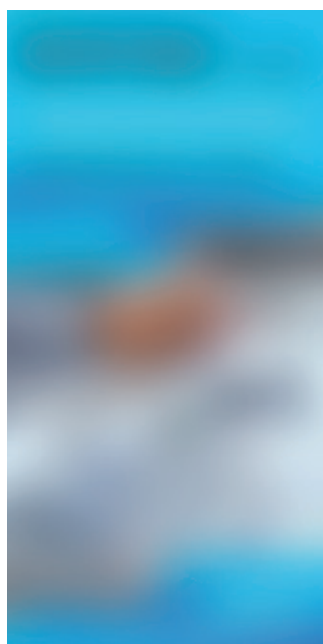
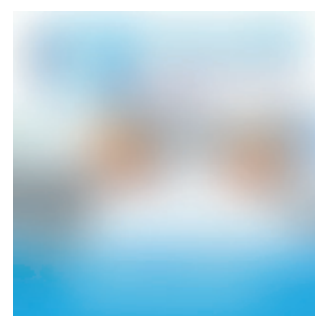
5. Uspostavljanje partnerstva s pravnim i računovodstvenim stručnjacima

Uspješni poduzetnici u Hrvatskoj su oni koji regulatorne promjene percipiraju ne kao prepreku, već kao pokretač inovacija i poboljšanja poslovnih procesa. U dinamičnom regulatornom okruženju, prilagodljivost i proaktivnost postaju ključne konkurentske prednosti.

Država, s druge strane, mora prepoznati potrebu

za stabilnijim regulatornim okvirima koji omogućava dugoročno planiranje i investiranje. Učestale promjene propisa mogu otežati poduzetništvo i usporavati gospodarski rast. Potrebna je balansirani pristup koji osigurava potrebne reforme, ali istovremeno omogućava poduzetnicima dovoljno vremena za prilagodbu.

Raif Okić



A hand is shown holding a wooden cutout of a human figure. The background is a solid blue color. Below the hand, there are several other wooden cutouts of human figures, some of which are semi-transparent or faded. The overall composition suggests themes of organization, support, and human resources.

USTANOVE I ORGANIZACIJE

Uloga javnih tijela u lokalnom razvoju Hrvatske

Suradnja, decentralizacija i strateško planiranje kao temelji održivog regionalnog napretka

Lokalni razvoj u Hrvatskoj sve više ovisi o učinkovitoj suradnji i aktivnom angažmanu javnih tijela – općina, gradova, županija, ali i specijaliziranih agencija i fondova. Njihova uloga obuhvaća širenje administrativnih ovlasti, strateško planiranje, financiranje projekata i mobilizaciju lokalnih zajednica. Model supsidijarnosti, pri čemu se više razine vlasti zalažu za prepuštanje većih ovlasti lokalnim jedinicama, postao je ključni okvir za osnaživanje lokalnog razvoja.

Fiskalna i teritorijalna decentralizacija

Prema izvješću Svjetske banke iz 2021., Hrvatska je ostvarila određeni napredak u fiskalnoj decentralizaciji, no i dalje postoji neujednačenost u financijskoj samostalnosti lokalnih jedinica. Iznimku čine razvijena urbana područja, dok ruralnim zajednicama

nedostaje adekvatna baza prihoda. To dovodi do regionalnih dispariteta u razvoju.

Istraživanje iz 2023. potvrđuje da su najveći izazovi – složen teritorijalni ustroj bez jasnog prepoznavanja ruralnih potreba te neučinkovito preraspodjeljivanje sredstava.

Uloga lokalnih vijeća i administracija

Prethodno istraživanje iz 2010. pokazuje da vijećnici gradova i općina percipiraju svoju misiju u strateškom planiranju lokalnog razvoja, no postoji značajna razlika u prioritetima između velikih i malih sredina. U većim sredinama važnost se usmjerava na javnu infrastrukturu, dok u manjim jačanje zajednice i društvenih usluga dominira.

Takvi izazovi ukazuju na potrebu za profesionalizacijom rada vijeća i administracije, te većim ovlasti-



Osječki gradonačelnik Ivan Radić je posjetio pogon tvrtke KONČAR

ma prilagođenim lokalnim kontekstima.

Specijalizirane agencije i fondovi

Agencija za regionalni razvoj Republike Hrvatske (ARR RH), osnovana 2013., ima ključnu ulogu u upravljanju europskim fondovima za lokalne i regionalne projekte. Prema službenoj strategiji ARR RH, agencija „financira, nabavlja, plaća i prati provedbu dijela programa i projekata iz nadležnosti Ministarstva“.

Uz to, brojna ministarstva pokrivaju infrastrukturne funkcije: primjerice, Ministarstvo regionalnog razvoja, Ministarstvo mora i prometa i Ministarstvo graditeljstva koordiniraju projekte cestovne, vodne i energetske infrastrukture – spajanje funkcija vidljivo je već u samom sustavu.

Ruralni razvoj i lokalne razvojne strategije

Europski model CLLD/LEADER primjenjuje se u Hrvatskoj kroz lokalne razvojne strategije za ruralna područja. Ministarstvo poljoprivrede navodi da LRS potiče lokalne inicijative, diverzifikaciju gospodarstva i stvaranje novih radnih mjesta. Iz perspektive javnih tijela, to znači aktivno pripremanje strateških dokumenata i jačanje kapaciteta lokalne uprave.

Strateško planiranje i partnerski modeli

Nacionalna razvojna strategija do 2030. (2019.) i projekti modernizacije javne uprave stavljaju naglasak na strateško planiranje, uvođenje profesionalnih sustava, analize podataka te integraciju vertikalnih i horizontalnih politika kroz partnerstva na lokalnoj razini.



Plan izgradnje kanalizacije Lučko - Ježdovec

Model partnerskih vijeća (u kojima sudjeluju predstavnici javne uprave, gospodarstva i civilnog društva) postao je uobičajena praksa pri pripremi strateških/programskih dokumenata – primjerice, u Strategiji regionalnog razvoja RH za razdoblje do 2020.

Primjeri i rezultati

U slučajevima ruralne kohezije, lokalne LAG udruge financirane putem državnih i EU programa pokazuju značajan utjecaj na revitalizaciju sela i stvaranje radnih mjesta i društvenih sadržaja.

U gradovima poput Osijeka, Rijeke ili Splita, modernizacija javne uprave i digitalizacija procesa (dozvola, natječaja, transparentnost) pridonijeli su većoj privlačnosti ulaganjima i bržoj realizaciji projekata.

Grad Zagreb / općina Lučko: kanalizacija u nezavršenom naselju

U Lučkom i Ježdovcu, javna tijela započela su projekt uvođenja kanalizacije u sporednim ulicama, koji je planiran desetljećima. Tek su posljednje tri godine ažurirani katastarski podaci i riješeni imovinsko-pravni odnosi. Nakon izrade dozvola, grad je raspisao javni natječaj za izvođače radova. Grad Zagreb je u razdoblju 2024.–2025. pokrenuo pilot projekt participativnog budžetiranja u četiri gradske četvrti (Peščenica-Žitnjak, Trešnjevka-jug, Trnje i Podsused-Vrapče). Građani su mogli predlagati komunalne projekte do 100.000 € te glasovati za realizaciju određenih inicijativa. Čak 16 projekata u ukupnoj vrijednosti cca 363.000 € odabrani su za realizaciju u 2025. godini, uključujući skate parkove, dječja igrališta, motoričke parkove, tartan staze i sjenice.

Grad Osijek: ekološki razvoj i infrastruktura

Osijek je osvojio titulu hrvatskog Eco-cityja zahvaljujući nizu mjera: prelazak preko 50% odvojenog prikupljanja otpada, izgradnja reciklažnih dvorišta, izgradnja kompostane i sanacija odlagališta u Sarvašu vrijedne preko 73 milijuna kuna. Osim toga, nabavljeno je 13 ekološki prihvatljivih autobusa, modernizira se tramvajska infrastruktura, gradi se moderni pročistač otpadnih voda, a izgrađeno je više od 50 km biciklističkih staza i novih parkova.

Grad Split: revitalizacija Žnjanskog platoa kao javna i zelena zona

Projekt uređenja Žnjanskog platoa u Splitu organiziran je kroz partnerstvo Grada i specijaliziranih razvojnih agencija. Glavni cilj: pretvoriti dotrajali plato u veliku sportsko-rekreacijsku i zelenu zonu sa sadržajima dostupnim svim građanima te ravnomjernom distribucijom u urbanom području.

Zaključak: Preporuke za daljnji razvoj

Jačanje fiskalne samostalnosti – oslobađanje lokalnih jedinica od prevelike ovisnosti o centralnoj vlasti, kroz redefiniranje poreznih i participacijskih mehanizama.

Reforma teritorijalnog ustroja – smanjenje broja jedinica, konsolidacija financijskih i administrativnih kapaciteta, osobito u manjim i ruralnim sredinama.

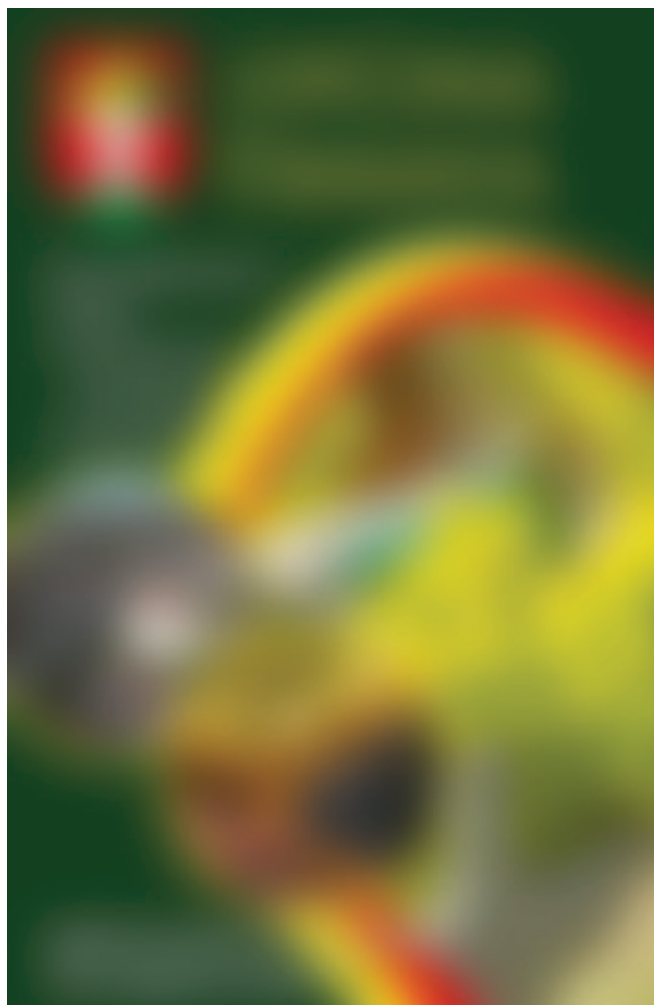
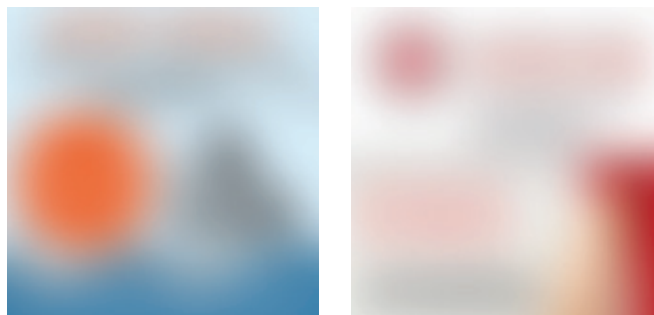
Profesionalizacija lokalne uprave i vijeća – kroz obvezno stručno usavršavanje, digitalnu administraciju i standardizirane procedure.

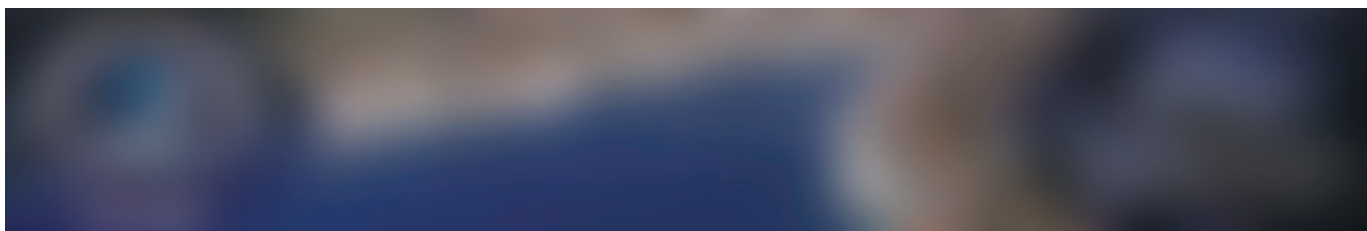
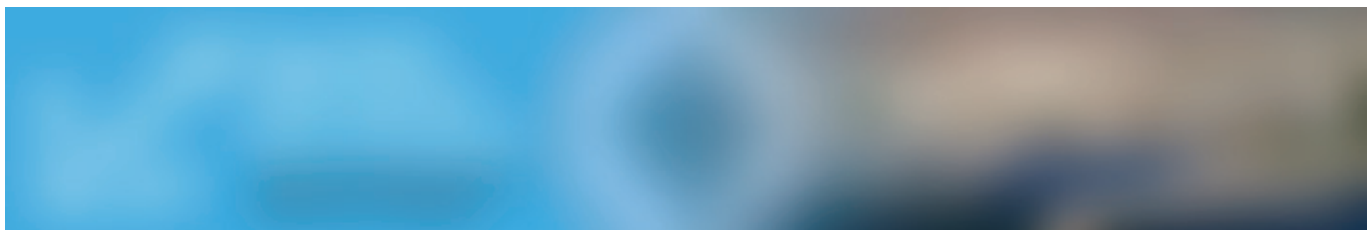
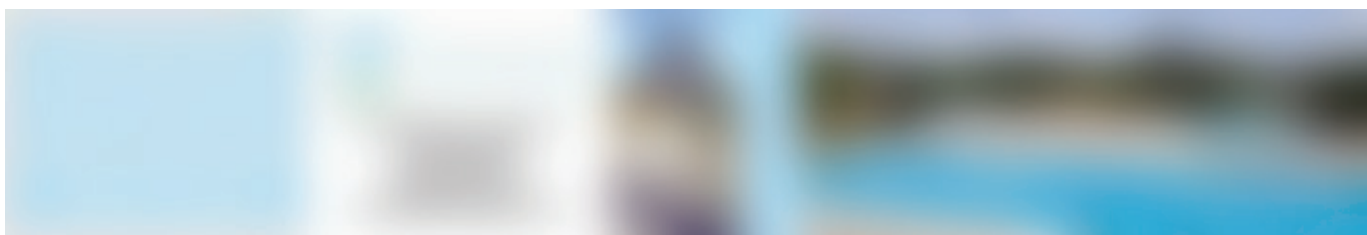
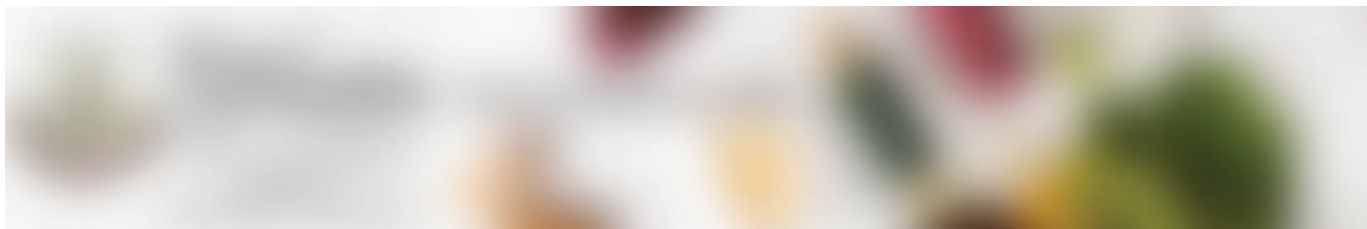
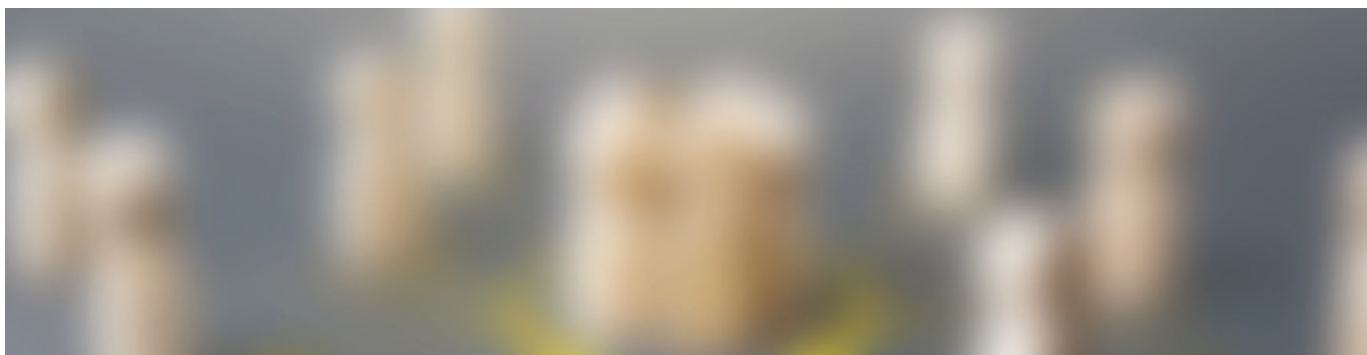
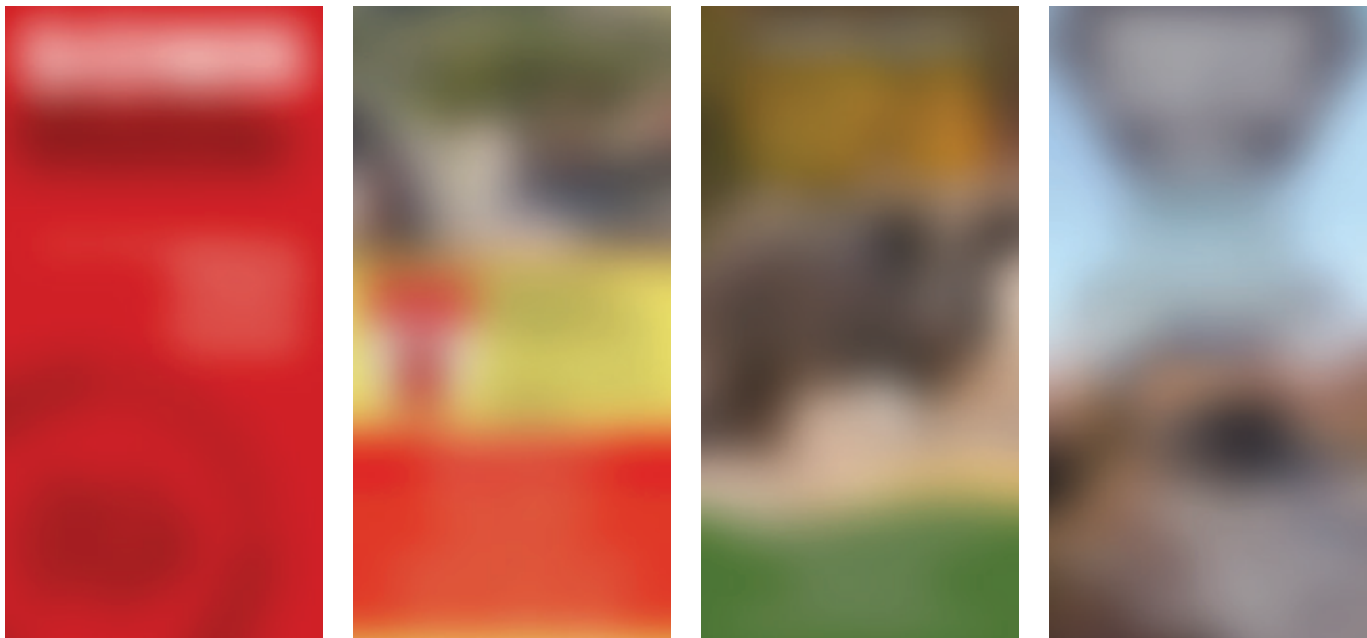
Širenje partnerstva javno-privatno-civilno – unutar razvojnih vijeća, osobito u kreiranju i nadzoru lokalnih razvojnih strategija.

Korištenje EU fondova i specijalnih agencija – jače umrežavanje ARR RH, regionalnih agencija, LAG-ova i centara za razvoj radi bolje apsorpcije dostupnih sredstava.

Uloga javnih tijela u poticanju lokalnog razvoja nije samo u raspodjeli sredstava, već i u strateškom upravljanju, osnaživanju zajednica i kreiranju uvjeta za održiv gospodarski i socijalni napredak. Hrvatska je na dobrom putu, no ključ uspjeha leži u ravnoteži između decentraliziranih ovlasti i sposobnosti lokalne uprave da ih provede.

Raif okić





A still life photograph of a cheese board. In the foreground, a wooden cheese board holds several pieces of blue cheese, a few almonds, and some olives. Behind the board, a loaf of rustic bread is visible, along with several slices of orange. To the right, a glass of white wine is partially filled. The background is dark and out of focus, with a bottle of wine visible. The entire image is overlaid with a semi-transparent grey filter.

POLJOPRIVREDA

Između tradicije i modernizacije

Agroturizam: Zlatna prilika ili nedovršena priča ruralnog razvoja?

Kako spoj poljoprivrede i turizma može revitalizirati hrvatsko selo, a što sprječava njegov puni potencijal



U idilični jutarnji mir istarskih brežuljaka uklapaju se glasovi gostiju koji beru grožđe na obiteljskom vinogradu, dok se u daljini čuje zvon crkve iz srednjovjekovnog gradića. Ovakvi prizori postaju sve češći u Hrvatskoj turističkoj stvarnosti – agroturizam polagano osvaja svoje mjesto na mapi domaćih i stranih putnika koji traže autentična iskustva daleko od preopterećenih obalnih destinacija.

Prema istraživanju objavljenom od strane Ekonomskog fakulteta Sveučilišta u Zagrebu (EFZG, 2021), agroturizam ne samo da diverzificira izvore prihoda za ruralne obitelji, već i pomaže u borbi protiv depopulacije u udaljenim područjima revitalizacijom

lokalnih ekonomija. Istraživanje ističe da se mnogi mladi ljudi vraćaju na obiteljske farme, motivirani potencijalom kombiniranja poljoprivrede s turizmom.

Jedna od najznačajnijih prednosti agroturizma je njegov doprinos održivom razvoju. Za razliku od masovnog turizma, koji često opterećuje infrastrukturu i ekosustave, ruralni turizam obično djeluje na manjoj razini, uz niži utjecaj na okoliš. Mnoge agroturističke ustanove, poput Apartmana Marijana u Lašćićima (Istra) ili Soba Marijana u blizini Trilja, naglašavaju ekološke prakse: organsku poljoprivredu, očuvanje vode i smanjenje otpada. Gosti su poticani da sudjeluju u sezonskim aktivnostima poput berbe grožđa, branja maslina i lova na tartufe, što

potiče dublju povezanost s prirodom i lokalnim tradicijama.

Ova iskustva pružaju oštar kontrast pretrpanim plažama i komercijalnim odmaralištima koja dominiraju ljetnom turističkom pričom Hrvatske. Osim toga, agroturizam jača očuvanje kulture. U svijetu u kojem globalizacija prijeti lokalnim identitetima, ruralni turizam djeluje kao zaštita tradicionalnog znanja. Obitelji koje vode agroturističke jedinice često prenose recepte, tehnike proizvodnje vina i narodne običaje kroz generacije. Na primjer, u Kući Marija u blizini Dubrovnika, gosti mogu kušati ekstra djevičansko maslinovo ulje iz vlasnikova maslinika, probati domaću rakiju, pa čak i sudjelovati u noćnom ribolovu ili berbi maslina.

Takva imerzivna iskustva educiraju turiste o hrvatskom kulinarskom nasljeđu dok jačaju ponos među lokalnim stanovništvom. Ekonomski, agroturizam ravnomjernije raspoređuje prihode od turizma po regijama. Obalni gradovi poput Splita i Dubrovnika suočavaju se s prekomjernim turizmom, gdje lokalni stanovnici često ne mogu priuštiti stanovanje i usluge. Nasuprot tome, ruralna područja imaju koristi od izravnih troškova turista na smještaj, obroke i vodene ture.

Studija Hrvatske akademije znanosti i umjetnosti iz 2020. godine (dostupna putem Hrčaka) otkrila je da agroturizam značajno doprinosi prihodima kućanstava u nerazvijenim regijama, posebno u Lici, Slavoniji i dijelovima



Soba Marijana u Trilju



Dalmatinske Zagore. Studija napominje da za svaki euro potrošen u agroturizmu, oko 70 centi ostaje u lokalnoj ekonomiji, u usporedbi s samo 30 centi u konvencionalnom turizmu zbog hotela u stranom vlasništvu i uvozne robe.

Prema podacima Hrvatske turističke zajednice, 2013. godine bilo je registrirano svega 447 seljačkih domaćinstava koja pružaju agroturističke usluge, vrlo neravnomjerno raspoređena po županijama. Do danas taj broj je porastao, ali i dalje predstavlja tek malu kap u oceanu turističkih kapaciteta koji broji preko 890.000 kreveta u cijeloj zemlji. No možda je važnije pitanje – je li agroturizam pravi odgovor na strukturne promjene u poljoprivredi i mogu li ruralna područja kroz turizam pronaći svoj put k održivom razvoju?

Hrvatska ruralna područja suočavaju se s ozbiljnom demografskom krizom. Strukturne promjene u poljoprivrednoj proizvodnji dovele su do slabljenja ruralne ekonomije, što je nametnulo potrebu traženja dodatnih izvora prihoda za poljoprivrednike. U posljednjih dvadesetak godina agroturizam postaje sve učestalija djelatnost ruralnog prostora čija ponuda pronalazi sve više potrošača prvenstveno iz urbanih sredina, navodi se u znanstvenom radu objavljenom u časopisu Agronomski glasnik.

Agroturizam, kako ga definiraju stručnjaci, nije samo smještaj na selu, već obuhvaća usluge ponude smještaja i prehrane, a uključuje seoski

ambijent te ekonomske, kulturne i druge aktivnosti područja. To znači da gosti ne samo da spavaju u ruralnim kućama, već aktivno sudjeluju u poljoprivrednim radovima, uče o tradicionalnim načinima proizvodnje hrane, uživaju u domaćim specijalitetima i upoznaju lokalnu kulturu.

Za mnoge poljoprivrednike, koji se bore s niskim cijenama poljoprivrednih proizvoda i rastućim troškovima proizvodnje, agroturizam predstavlja priliku za diversifikaciju prihoda. Jedna noć u agroturističkom smještaju može donijeti onoliko koliko i prodaja nekoliko kilograma poljoprivrednih proizvoda, a gosti često kupuju i domaće proizvode, stvarajući dodatni izvor zarade.

Iskustva europskih zemalja koje su uspješno razvile agroturizam mogu poslužiti kao inspiracija za Hrvatsku. Austrija, koja je među pionirima ovog oblika turizma u Europi, danas ima 15.500 poljoprivrednih gospodarstava koja pružaju agroturističke usluge i ostvaruju promet od 25.000 eura po farmi godišnje. Austrija je razvila i prepoznatljiv brend "Urlaub am Bauernhof" (Odmor na farmi) koji je postao sinonim za kvalitetu i autentičnost.

Italija, s druge strane, jedina je zemlja u EU koja ima poseban zakon za agroturizam, donesen još 1981. godine. Toskana je postala ikona agroturizma s "putovima vina", "putovima meda" i "putovima maslinovog ulja", privlačeći milijune posjetitelja godišnje. Agroturizam je najbrže rastući oblik turizma u Italiji gdje je u ponu-

di na prijelazu stoljeća bilo preko 135.000 turističkih kreveta uz dolazak 6 milijuna posjetitelja.

Grčka je pokazala kako agroturizam može biti značajno sredstvo socijalne promocije ženskog dijela ruralne populacije, omogućujući ženama u ruralnim područjima stvaranje vlastitog prihoda i jačanje njihove ekonomske neovisnosti.

Hrvatska ima sve pretpostavke za uspješan razvoj agroturizma. Povoljan zemljopisni položaj, dobra prometna povezanost, očuvana prirodna i kulturna baština, dostupnost sredstava iz EU fondova za investicije u agroturizmu te veliki broj inozemnih turista kojima je destinacija Jadransko more čine čvrstu osnovu za ovaj oblik turizma.

Posebno je vrijedna činjenica da Hrvatska još uvijek čuva autentičnost svojih ruralnih područja. Za razliku od mnogih europskih zemalja gdje je ruralna tradicija uglavnom konzervirana za turističke potrebe, u Hrvatskoj se još uvijek može pronaći živa poljoprivredna tradicija. Tradicijska proizvodnja vina, maslinovog ulja, sira, meda i drugih proizvoda nije samo atrakcija za turiste, već i stvaran način života mnogih poljoprivrednih obitelji.

Različitost hrvatskih regija također predstavlja značajnu prednost. Istarske vinske ceste, slavonske šume hrasta lužnjaka s tradicionalnim uzgojem domaćih životinja, dalmatinska maslinova ulja i kozji sirevi, lička jagnjetina i med – svaka regija nudi drugačije, ali jednako autentično iskustvo.

Unatoč velikim potencijalima, hrvatski agroturizam suočava se s nizom ozbiljnih problema koji sprječavaju njegov brži razvoj. Loša infrastruktura, nedovoljan broj kvalitetnih smještajnih kapaciteta u seoskim domaćinstvima, neusklađena i nedostatna koordinacija na nacionalnoj razini ključni su izazovi koje navodi akademska analiza stanja.

Jedan od najvećih problema je nedostatak vizije i konkretnih razvojnih ciljeva. Odsutnost vizije i konkretnih razvojnih ciljeva vezano za razvitak agroturizma, nedovoljno strukturirana i organizirana ponuda, nepostojanje integrirane marketinške komunikacije prema tržištu čine da se hrvatski agroturizam razvija sporadično, bez jasnog smjera.

Neriješeni imovinsko-pravni odnosi dodatno otežavaju situaciju. Mnoga poljoprivredna gospodarstva ne

mogu investirati u turističku infrastrukturu jer nemaju riješena vlasnička prava nad nekretninama koje bi htjeli koristiti za turizam. Ovo je posebno izražen problem u područjima koja su bila pogođena ratom, gdje postupci povrata i obnove još uvijek traju.

Financijski aspekti također predstavljaju značajnu prepreku. Strah poljoprivrednika od velikog rizika i strah od kredita, pasivnost i čekanje na "vanjske" inicijative i investicijske prilike čine da se mnogi potencijalni pružatelji agroturističkih usluga odlučuju za status quo umjesto za ulaganje u novo poslovanje.

Nedostaju znanja i vještine

Prelazak s čiste poljoprivredne proizvodnje na agroturizam zahtijeva potpuno nova znanja i vještine. Poljoprivrednik mora postati i ugostitelj, vodič, prodavač, marketing stručnjak i menadžer. Nedovoljna razina znanja o agroturizmu u široj javnosti čini da mnogi poljoprivrednici ne znaju ni od čega da počnu.

Diversifikacija poljoprivrednih aktivnosti u agroturizmu ne utječe samo na prihode, već i na identitet samog poljoprivrednika. Mnogi tradicionalni poljoprivrednici osjećaju se neugodno u ulozi domaćina turista, posebno ako ne vladaju stranim jezicima ili nemaju iskustva u radu s ljudima.

Nedostaju i specijalizirane obrazovne programe koji bi omogućili poljoprivrednicima stjecanje potrebnih kompetencija. Iako postoje pojedinačne inicijative i tečajevi, sustavan pristup edukaciji za agroturizam još uvijek nije razvijen.

Hrvatska ima složenu mrežu institucija koje se djelomično bave agroturizmom – od upravnih odjela za turizam pri županijama, preko Hrvatske turi-

stičke zajednice, do različitih udruga. Međutim, neorganiziranost i premala suradnja aktera ruralnog turizma na nacionalnoj i lokalnim razinama čini da nema jedinstvene strategije ili koordiniranog nastupa.

Jedina specijalizirana organizacija koja se bavi agroturizmom jest Zajednica ruralnog turizma Hrvatske gospodarske komore, osnovana 2008. godine. No, za razliku od austrijske "Urlaub am Bauernhof" organizacije koja okuplja više od 2.500 poljoprivrednika, hrvatska organizacija još uvijek nema kritičnu masu članova potrebnu za značajan utjecaj na tržište.

Nedostaje i jedinstveni sustav kategorizacije i standardizacije koji bi turistima omogućio lakše prepoznavanje kvalitete ponude. Dok u hotelskom turizmu postoje jasni standardi za označavanje zvjezdica, u agroturizmu gosti često ne znaju što mogu očekivati od određenog smještaja.

Suvremeni trendovi u turizmu sve više favoriziraju održive i ekološki odgovorne oblike putovanja. Agroturizam, po svojoj prirodi, uklapa se u te trendove jer sadržava sve značajke pojma održivog razvoja, jer obuhvaća uravnotežene gospodarske, društvene i okolišne sastavnice.

Mnoge hrvatske agroturističke destinacije prirodno prakticiraju organski uzgoj hrane jer koriste tradicionalne metode proizvodnje bez kemijskih sredstava. To predstavlja značajnu konkurentsku prednost na tržištu gdje sve više turista traži "clean eating" iskustva i mogućnost konzumiranja zdrave, lokalno proizvedene hrane.

Agroturizam također može imati važnu ulogu u očuvanju autohtonih sorti kultiviranog bilja i pasmina domaćih životinja. Jedan od učinkovi-

tijih načina zaustavljanja genetske erozije uzrokovane napuštanjem manje isplativih sorti i pasmina je njihovo korištenje, kao element agroturizma.

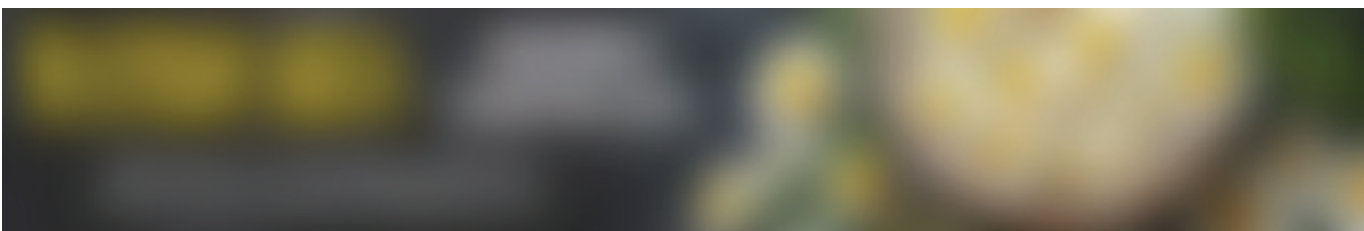
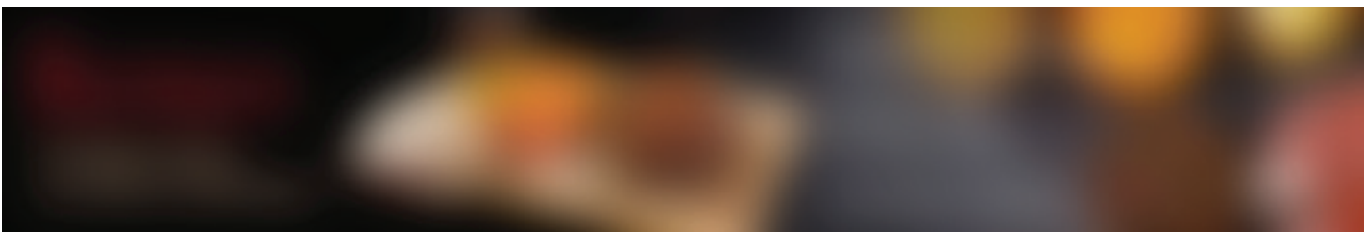
Razvoj agroturizma u Hrvatskoj nije ravnomjeran. Najrazvijeniji je u Istri, koja je uspjela povezati svoju vinsku tradiciju s turizmom i stvoriti prepoznatljiv brend. Istarski agroturizam često se fokusira na enogastronomiju, nudeći degustacije vina i tradicionalne istarske kuhinje.

Dalmatinska zagora ima veliki potencijal, ali je manje razvijen agroturizam. Tradicija uzgoja ovaca i koza, proizvodnja sira, maslinovog ulja i lavande mogu biti temelji za autentična agroturistička iskustva.

Ogroman potencijal krije Slavonija i ostali kontinentalni dijelovi Hrvatske koji još neguju poljoprivrednu tradiciju i nadaleko čuvenu ljubavnost svojih ljudi. Slavonska ravnica s velikim poljoprivrednim imanjima, tradicionalnim uzgojem svinja mangulica, proizvodnjom rakije i kukoljevke mogla bi postati zanimljiva destinacija za ljubitelje kontinentalnih gastronomskih tradicija.

Jedan od važnih aspekata razvoja agroturizma jest njegov odnos prema masovnom obalnom turizmu koji dominira hrvatskim turističkim sektorom. Hrvatski seoski turizam još čeka neki brži zamah kotača svojeg razvoja, izuzetak je agroturizam u Istri, okolici Dubrovnika te nevelik broj gospodarstava dalmatinske Zagore, Baranje i okolice metropole.

Agroturizam ne mora biti konkurent obalnom turizmu, već može biti njegov prirodan produžetak. Mnogi turisti koji dolaze na hrvatsku obalu željeli bi provesti dio svojeg odmora i u ruralnim područjima, upoznavajući tradiciju i kulturu zemlje. Kombinacija





cija nekoliko dana na moru i nekoliko dana u agroturističkom smještaju može biti atraktivna opcija koja produljuje sezonu i povećava potrošnju po turistu.

Također, agroturizam može privući potpuno drugačiji segment turista – one koji ne traže more i sunce, već mir, tišinu, kontakt s prirodom i autentična lokalna iskustva. Ovakvi turisti često dolaze izvan glavne turističke sezone, što pomaže u rješavanju problema sezonalnosti koji muči hrvatski turizam.

Europska unija prepoznala je važnost ruralnog turizma za razvoj ruralnih područja i kroz različite programe pruža značajne financijske podrške. U programskom razdoblju EU 2007.-2013., prema Progress Snapshot od 88 odobrenih programa ruralnog razvoja njih 66 imalo je predviđenu Mjeru 313 – ruralni turizam.

Hrvatska kao članica EU ima pristup ovim sredstvima kroz Programme ruralnog razvoja. Poljoprivrednici mogu aplicirati za bespovratna sredstva za uređenje smještajnih kapaciteta, kupovinu opreme, razvoj

turističke infrastrukture i promociju svojih usluga. Međutim, mnogi poljoprivrednici nisu dovoljno informirani o ovim mogućnostima ili smatraju procedure aplikacije previše složenima.

Problem je i što mnogi projektni prijedlozi ne prolaze procjenu jer su neadekvatno pripremljeni. Nedostaje stručna pomoć u pripremi projekata, što rezultira niskim postotkom uspješnosti aplikacija.

Moderan agroturizam ne može se zamisliti bez adekvatne tehnološke podrške. Internetska prezentacija, sustavi online rezervacija, digitalne plaćanja i druženje s gostima putem društvenih mreža postali su nužni elementi uspješnog poslovanja.

Mnogi poljoprivrednici, posebno stariji, nisu dovoljno informatički pismeni da samostalno upravljaju online promocijom svojih usluga. To stvara dodatnu barijeru za ulazak u agroturizam ili rezultira slabijom konkurentnosti na tržištu.

Positivno je što se pojavila nekolicina specijaliziranih online platformi koje se fokusiraju na ruralni turizam

u Hrvatskoj, omogućujući poljoprivrednicima lakše prezentiranje svoje ponude. Međutim, fragmentiranost ponude i preko različitih platformi otežava turistima pronalaženje željenih sadržaja.

Budućnost agroturizma u Hrvatskoj

Unatoč postojećim problemima, budućnost agroturizma u Hrvatskoj izgleda obećavajuće. Rastući trend interesa za održivim turizmom, sve veća svijest o važnosti lokalne hrane i tradicije, kao i potreba za diversifikacijom turističke ponude stvaraju pogodne uvjete za razvoj.

Ključ uspjeha leži u rješavanju sistemskih problema – stvaranju jasne nacionalne strategije, poboljšanju koordinacije između različitih aktera, edukaciji poljoprivrednika i razvoju jednostavnijih procedura za pristup financijskim podrškama.

Potrebno je također razviti snažniji marketinški nastup koji će postaviti hrvatski agroturizam na kartu europskih i svjetskih turističkih destinacija. Stvaranje prepoznatljivog nacionalnog



brenda, poput austrijskog "Urlaub am Bauernhof", moglo bi značajno pomoći u promociji.

Zaključak

Agroturizam u Hrvatskoj stoji na raspeću između velikih mogućnosti i značajnih izazova. Prirodni potencijali zemlje, očuvana tradicija i rastući trend održivog turizma stvaraju čvrste temelje za razvoj. Međutim, strukturni problemi, nedostatak ko-

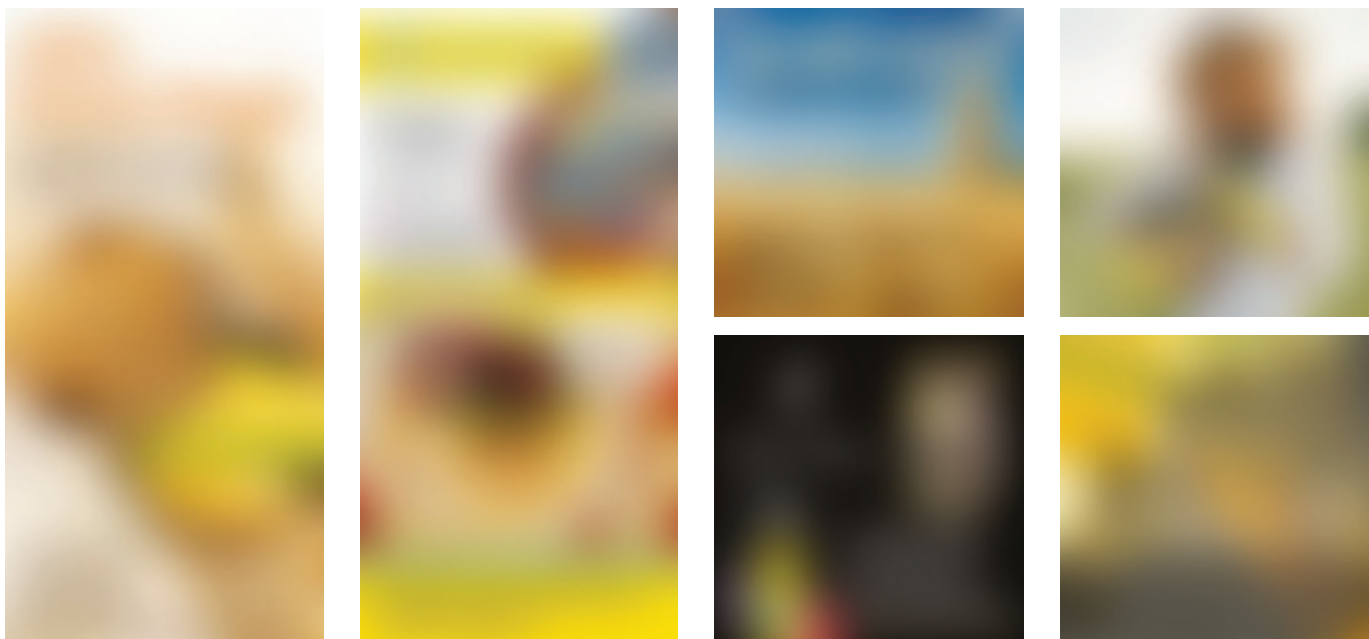
ordinacije i nedovoljne investicije u znanja i infrastrukturu usporavaju napredak.

Ono što je jasno jest da agroturizam nije samo turistička aktivnost, već može biti moćan alat ruralnog razvoja koji pomaže u očuvanju stanovništva na selu, održavanju poljoprivredne tradicije i stvaranju održivih prihoda za ruralne obitelji. Pitanje je hoće li Hrvatska iskoristiti ovaj potencijal ili će propustiti priliku da svoj

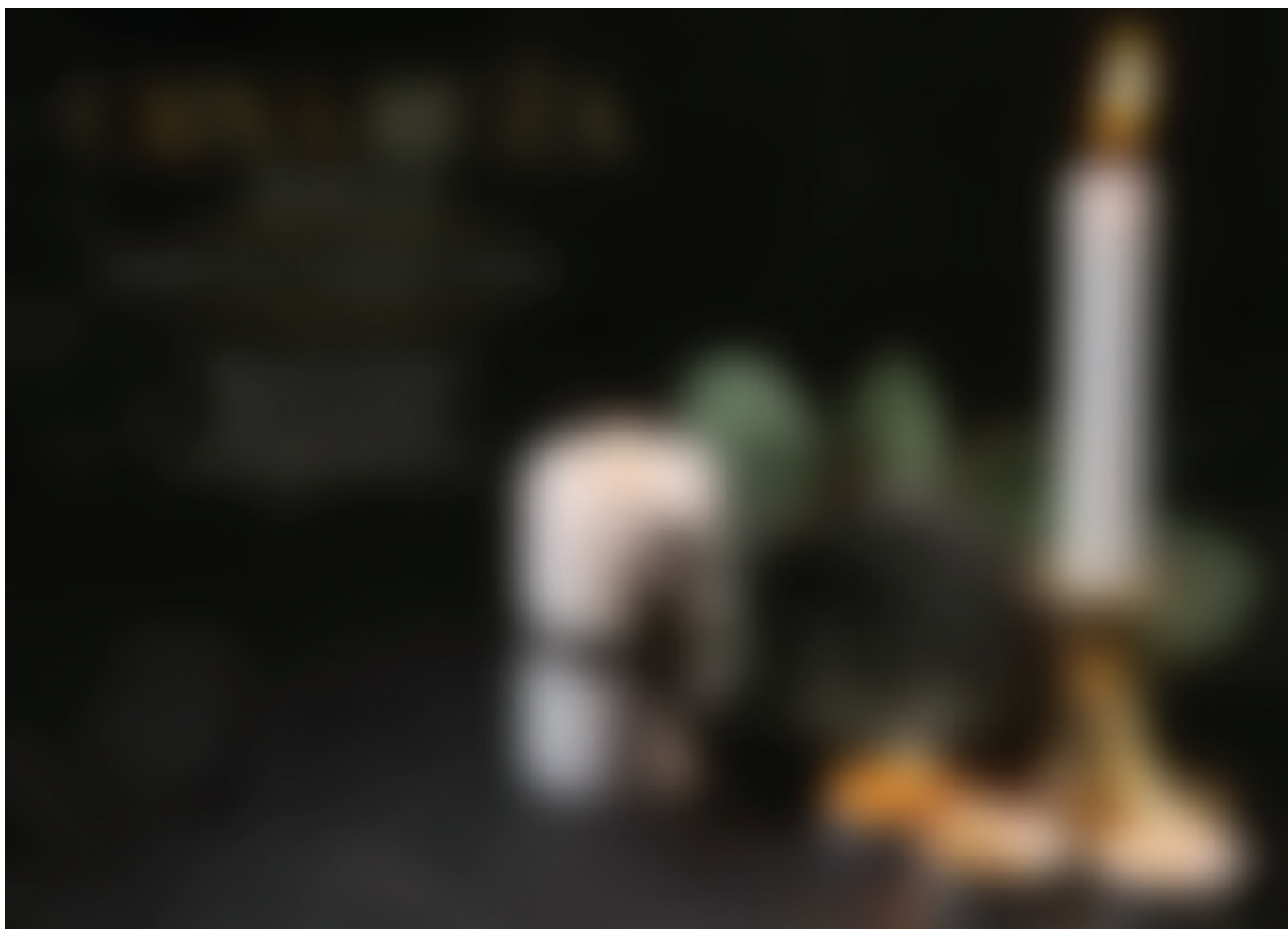
ruralni prostor učini atraktivnim i ekonomski održivim.

Vrijeme je da se od fragmeniranih individualnih inicijativa prijeđe na sistemski pristup koji će agroturizam staviti na kartu Hrvatske kao važnu komponentu turističke ponude. Samo tako će se omogućiti da hrvatski seoski kraj ponovno oživi i postane magnet za turiste koji traže autentičnost u sve homogeniziranijem svijetu.

Raif Okić









TEHNOLOGIJA I INTERNET

Hrvatska na valovima robotske revolucije Od Gideon Brothersa do DOK-ING-a - kako automatizacija mijenja lice domaće industrije

Dok Amazon dostiže milijun robota, hrvatske tvrtke se bore za svoje mjesto na globalnoj karti inovacija u automatizaciji i robotici

Svijet se priprema na novu industrijsku revoluciju vođenu umjetnom inteligencijom i robotikom, a Hrvatska se pozicionira kao iznenađujuće važan igrač u ovom globalnom trendu. Od startupa koji osvajaju Toyotu do robotskih sustava koji gase požare u najkritičnijim situacijama, domaće tvrtke pokazuju da mala zemlja može imati velik utjecaj u najnaprednijim tehnološkim segmentima.

Dok analiziramo hrvatsku scenu, važno je razumjeti globalne razmjere ove transformacije. Amazon je najavio da sada ima milijun robota radnika jer su instalirali novog robota, što predstavlja prekretnicu u automatizaciji logistike i skladišnog poslovanja. „Novi robot se pridružuje Amazonovoj globalnoj mreži u kojoj je više od 300 postrojenja i jača poziciju tvrtke kao najvećeg svjetskog proizvođača i operatera mobilne robotike s obzirom na to da sada imamo milijun robota“, rekao je Scott Dresser, potpredsjednik Amazon Roboticsa.

Amazonov novi model umjetne inteligencije 'DeepFleet' koordinira kretanje robota unutar centara za ispunjavanje narudžbi, smanjujući vrijeme putovanja flote za 10 posto te omogućujući bržu i isplativiju dostavu paketa. Ova brojka od milijun robota nije samo statistika - ona predstavlja novu realnost u kojoj se automatizacija pretvara iz eksperimenta u main-

stream pristup poslovanju. Međutim, ovaj napredak donosi i izazove. Istraživanje Pew Researcha objavljeno u ožujku 2025. pokazalo je da stručnjaci za umjetnu inteligenciju i šira javnost smatraju tvorničke radnike jednom od skupina kojima najviše prijeti gubitak posla zbog umjetne inteligencije.

Usred ovakve globalne transformacije, hrvatska tvrtka Gideon Brothers ostvarila je jedan od najvažnijih poslovnih uspjeha domaće startup scene. Toyota Industries Corporation (TICO) je s hrvatskim Gideonom potpisala strateški investicijski sporazum za razvoj i proizvodnju novih automatiziranih rješenja. „Za TICO ovo predstavlja strateško partnerstvo i ulaganje koje će omogućiti optimizaciju sustava automatiziranih vozila kroz standardizaciju, smanjenje vremena implementacije te po-

većanje fleksibilnosti, prilagodljivosti i skalabilnosti“, navodi se u službenom priopćenju. Kruno Stražanac, voditelj uspjeha klijenata i suosnivač tvrtke Gideon Brothers, objašnjava pozadinu ovog uspjeha: „Mi već duže vrijeme koristimo Nvidijina hardverska i softverska rješenja u području umjetne inteligencije. Nedavno smo objavili i produljenje takve suradnje koja omogućava da naši proizvođači rade što bolje i brže te da budu jednostavniji za korištenje krajnjim kupcima“.

Gideonova tehnologija omogućava robotima da „nauče“ što je paleta, što čovjek, a što viličar, što predstavlja revolucionarni korak u autonomnoj navigaciji skladišnih prostora. „Plan je da na njihova hardverska rješenja, odnosno šasije viličara, integriramo komponente našeg sustava kako bismo i te viličare učinili autonomnima. Cilj je da postanu pa-



Autonomni viličar Trey hrvatske tvrtke Gideon Brothers

FOTO: GIDEON.AI

metni alati za rješavanje određenih problema u skladištima", objašnjava Stražanac.

Tvrtka tvrdi da njihovi viličari omogućavaju radnicima da uštede više od osamdeset posto radnog vremena, što predstavlja dramatično poboljšanje produktivnosti. Prema podacima bonitetne kuće CompanyWall, tvrtka Gideon Brothers je u prošloj godini ostvarila ukupne prihode u iznosu od 1,53 milijuna eura, što je poboljšanje u odnosu na 2022., kad su im ukupni prihodi iznosili 1,47 milijuna eura.

Dok se Gideon Brothers fokusira na skladišne robote, DOK-ING predstavlja hrvatsku robotiku u najkritičnijim situacijama. Upravo jedan takav robot u listopadu je ušao u osječko postrojenje Drava koje je u tom trenutku gutala vatrena stihija. Gordan Pešić, član uprave DOK-ING-a, objašnjava: „MVF-5 je daljinsko upravljivi sustav za krizne situacije koji je bio od iznimne pomoći u katastrofalnom požaru u Osijeku. Ovaj robotski sustav je u vlasništvu Civilne zaštite Republike Hrvatske i oni su njime upravljali“.

DOK-ING, tvrtka osnovana ranih devedesetih, u međuvremenu je u 40 zemalja plasirala više od 500 robotskih sustava. DOK-ING je u 2024. godini ostvario više od 70,5 milijuna eura prihoda, uz godišnji rast između 30 i 40 posto. Broj zaposlenih povećan je na 250, što odgovara rastu od 10 do 15 posto godišnje. Najnoviji proizvod tvrtke, MV-3 Hystrix multifunkcionalno protuterorističko robotsko vozilo namijenjeno je za potrebe policijskih i vojnih antiterorističkih i specijalnih postrojbi u borbi protiv svih oblika terorizma i rješavanja talačkih situacija. „Imamo veliki interes za ovim revolucionarnim protuterorističkim robotskim vozilom MV-3, što od pripadnika specijalnih jedinica vojske i policije iz Hrvatske, tako i iz cijelog svijeta“, ističe Pešić.

DOK-ING-ovi robotski sustavi za razminiranje igraju važnu ulogu i u Ukrajini, gdje je prema nekim informacijama površina zagađena minama veličine Floride. Do kraja 2023. godine DOK-ING je planirao isporučiti ukupno 30 strojeva Ukrajini.

Treća važna hrvatska tvrtka u robotici je križevačka Codel, koja se može pohvaliti pravim robotskim laboratorijem. Marijan Sever, CEO Codela,

objašnjava njihov pristup: „U Codelovom laboratoriju usredotočeni smo na istraživanje novih pristupa i tehnologija kako bi unaprijedili upravljanje materijalom unutar organizacija“.

„U našim projektima kombiniramo različite tehnologije, poput „klasičnih“ šest-osnih robota u kombinaciji s različitim verzijama autonomnih mobilnih robota, Codelovim programskim i elektroničkim rješenjima te postizemo sinergijske rezultate“, dodaje Sever.

Codel je razvio sustav Ariadne Stock Master koji digitalizira operacije prikupljanja robe i kojim se podiže efikasnost od 25 do 35 posto, bez mogućnosti pogreške prilikom pakiranja pošiljaka. „Kada se Ariadne Stock Master poveže sa robotskim strojevima, efikasnost sustava se povećava višestruko“, objašnjava Sever.

Dok se automatizacija ubrzava, raste i strah od gubitka radnih mjesta. Izvješće Svjetskog gospodarskog foruma u veljači 2025. otkrilo je da 48 posto američkih poslodavaca planira smanjiti broj zaposlenih zbog umjetne inteligencije. Međutim, hrvatski poduzetnici imaju optimističniju viziju. Stražanac iz Gideon Brothersa objašnjava: „Kad se uvode roboti, uvijek postoji bojazan kod zaposlenika. Oni to promatraju kao nešto zbog čega će ostati bez posla i pitaju se što će se dogoditi. No, ne moraju se bojati zbog toga, jer iako će se možda zatvoriti neka radna mjesta nakon što ih preuzmu automatizirani sustavi, istodobno će se otvoriti puno više novih poslova“.

„Svaki čovjek griješi kad radi, ali kod stroja nema pogrešaka. To povećava pouzdanost i učinkovitost samog poslovanja, a radnici tada preuzimaju lakše poslove, kao što su upravljanje flotom robota“, dodaje Stražanac.

Sever iz Codela ističe praktične prednosti: „Roboti mogu obavljati ponavljajuće zadatke neprekidno bez potrebe za odmorima ili pauzama, čime se značajno smanjuje vrijeme potrebno za izvršavanje tih zadataka. Uz to mogu raditi brže i efikasnije od ljudi u određenim zadacima, što ubrzava proizvodni ciklus“.

Jednu od najuzbudljivijih, ali i najkontroverznijih primjena robotike predstavljaju robotaksiji. Waymo,



Domaće tvrtke pokazuju da mala zemlja može imati velik utjecaj



Amazon je najavio da sada ima milijun robota radnika

tvrtka u vlasništvu Alphabet, najavila je da će svoje robotaksije iduće godine dovesti na ulice Dallasa, ali financijski aspekt ostaje problematičan. Analitičari procjenjuju kako proizvodnja svakog robotaksija košta oko 120.000 dolara, što djelomično objašnjava gubitke u Alphabetovom „other bets“ odjelu čiji je dio i Waymo. Tesla je također lansirala svoje robotaksije u Austinu, ali s mješovitim rezultatima. Zabilježeni su tehnički gafovi, uključujući i incident u kojem je robotaksi nakratko prešao dvostruku žutu crtu i ušao u suprotni prometni trak.

Hrvatska također ima svoje ambicije u ovom segmentu. „Konja za utrku“ u području samoupravljanja taksija u budućnosti bi trebala imati i Hrvatska. Verne, kako Rimčeva tvrtka za robotaksije nosi naziv, prema posljednjim je informacijama u fazi razvoja prototipa robotskih taksija i testiranja autonomne usluge po Zagrebu. Međutim, Projekt 3 Mobility koji stoji iza Verne robotaksija suočava se s financijskim izazovima. Općenito, tvrtka je imala gubitak od 22,3 milijuna eura, ili 69 posto veći u odnosu na prethodnu godinu.

Europska unija prepoznala je važnost tehnoloških start-upova i automatizacije za svoju konkurentnost. Kako se već uvriježila svijest u Europskoj uniji (EU) da u Europi postoji dobra istraživačka baza, ali da inovativnost zapinje u fazi komercijalizacije, Europska komisija nastoji iznaći načine da se to promijeni. Statistike pokazuju zabrinjavajuće stanje: U ovom trenutku tek oko osam posto start-up tvrtki na svijetu ima sjedište u Europi. Prema izvješću o konkurentnosti EU-a na kojemu je radio bivši predsjednik Europske središnje banke i bivši talijanski premijer Mario Draghi, čak 61 posto novaka za tvrtke iz područja umjetne inteligencije ide ka onima u SAD-u, 17 posto u Kinu i tek šest posto u EU.

Europska povjerenica za start-up tvrtke Ekaterina Zaharieva najavljuje promjene: „Kapital je važan i Europa ga ima. Možemo ga uvezati s potrebama inovatora“. Nova strategija fokusira se na ključne tehnologije: „Ovo je ključno za strateške tehnologije kao što su umjetna inteligencija, kvantna tehnologija, napredni poluvodiči, medicinska tehnologija, biotehnologija, čista tehnologija i energija, sigurnost, obrana, svemirski programi, robotika te napredni materijali“.

Hrvatska IT industrija kontinuirano raste te je po posljednjim dostupnim podacima u 2019. godini činila 4,48 posto nacionalnog BDP-a, a u 2021. je doprinosila 5,8 posto ukupnom izvozu Republike Hrvatske. Ovi podaci pokazuju rastući značaj tehnološkog sektora za hrvatsko gospodarstvo. Istraživanje je pokazalo da 99 posto poduzeća upotrebljava računala s pristupom internetu u obavljanju svakodnevnih zadataka, što ukazuje na visoku razinu osnovne digitalizacije u Hrvatskoj.

Uspjeh hrvatskih tvrtki u robotici i automatizaciji nije slučajna. Stražanac objašnjava: „Mi smo startup koji je krenuo iz Hrvatske prije sedam godina, i rekao bih da smo bili dovoljno 'ludi' da pokušamo proizvoditi autonomne robote u našoj zemlji. Zahvalan sam na našim izvrsnim ljudima, a posebno na doktorima znanosti iz područja robotike koji su se školovali izvan Hrvatske, ali su se na kraju odlučili vratiti“.

Prema podacima LocoMobi World Inc.-a, tehnološke tvrtke specijalizirane za rješenja za parkiranje, prijevoz i skladištenje, u svijetu će do 2030. biti

200 milijuna robota i 30 posto svih poslova bit će automatizirano.

Robotika ne mijenja samo proizvodnju - ona transformira sve sektore. Na Odjel neurokirurgije zagrebačkog KBC-a Sestre Milosrdnice u rujnu stigao najsvremeniji robot za operacije kralježnice, dok je njegov „kolega“ u bolnici Dubrava već sudjelovao u više od pedesetak zahvata.

DOK-ING-ovi sustavi pokrivaju širok spektar primjena: „Uz gore spomenuti sustav MVF-5 za krizne situacije te MV-3 robotski sustav za protutorizam, imamo u portfelju robotski sustav MVC-8 Komodo kojemu je namjena rad u ekstremnim kemijskim, biološkim, radiološkim i nuklearnim uvjetima. U Africi imamo robotske sustave za podzemno rudarstvo za rudnike platine, kroma i nikla“.

Tvrtke koje implementiraju robotiku bilježe značajne uštede. Sever iz Codela objašnjava: „Ako koristimo samo metodu koju u Codelu zovemo „dekapitirajućom“, najlakše je izračunati povrat investicije na način da zbrojimo ukupan trošak radnika koji robotski sustav eliminira u nekom proizvodnom ili skladišnom procesu za neko zadano vrijeme, primjerice tri godine“.

Međutim, dodaje: „Smatramo, međutim, da nije adekvatno niti dovoljno precizno računati vrijednost robotskog sustava samo tom metodom, jer uvođenje robota u nečiju tvrtku diže razinu svih operacija, možda ne odmah po instalaciji, ali sigurno tijekom vremena“.

DOK-ING planira širenje kapaciteta: Tako su kapacitet proizvodnje tijekom godina prilagođavali povećanim potrebama tržišta pa su s prosječnih 40 strojeva godišnje povećali su proizvodnju na trenutno mogući



MVF-5 tvrtke DOK-ING uspješno gasi i najzahtjevnije požare

FOTO: DOK-ING

kapacitet od 100 robotskih sustava u godinu dana.

Tvrtka također ima ambiciozne planove za održivi razvoj: „Dugoročni cilj Programa energetike je da DOK-ING Grupa postane prepoznatljiv dobavljač zelene tehnologije na tržištu EU, ali i šire. U ovom smislu fokus je na razvoju tehnologije za proizvodnju vodika (waste-to-hydrogen) termokemijskim procesom u sustavu LOOPER“.

Hrvatska se pozicionirala kao iznadaujuće važan igrač u globalnoj robotskoj revoluciji. Od Gideon Brothersovih autonomnih viličara koji partnerne s Toyotom, preko DOK-ING-ovih robotskih sustava koji gase požare i čiste mine, do Codelovih intralogističkih rješenja - domaće tvrtke pokazuju da veličina zemlje nije ograničavajući faktor za tehnološku inovaciju.

Ključ uspjeha leži u kombinaciji kvalitetnih kadrova, fokusa na nišne aplikacije gdje hrvatska tvrtka može biti

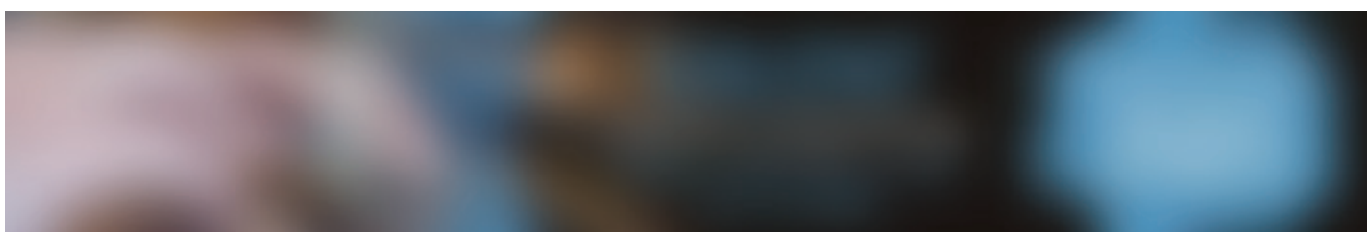
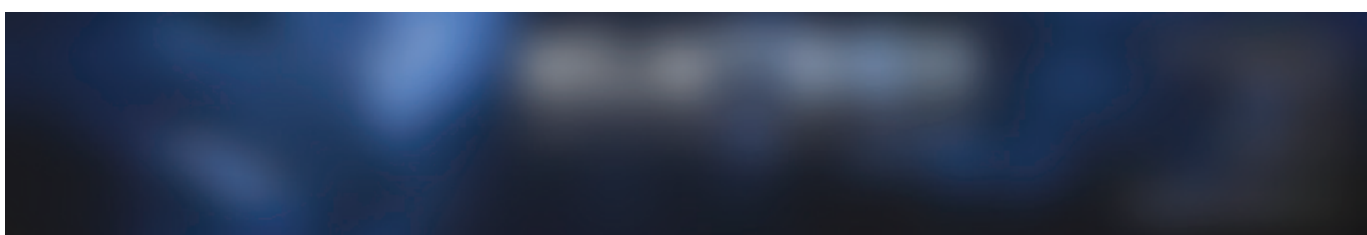
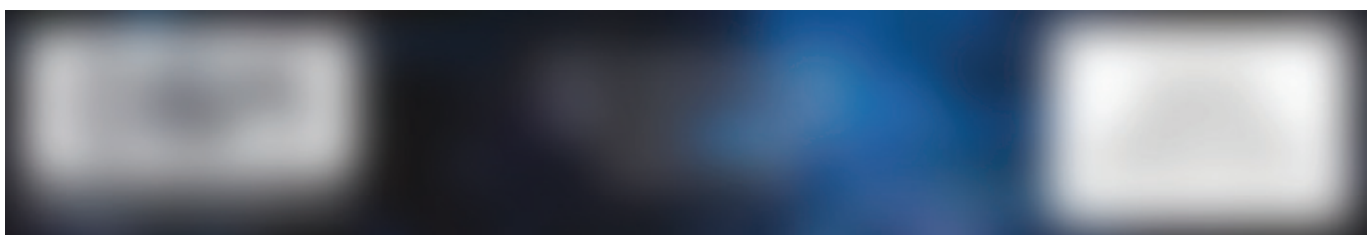
globalno konkurentna, te spremnosti na rizik i inovacije. Dok globalni giganti poput Amazona dostižu milijun robota, hrvatske tvrtke grade svoju budućnost kroz specijalizaciju i tehničku izvrsnost.

Izazovi postoje - od financiranja start-upova do strahova od gubitka radnih mjesta - ali optimizam prevladava. Kako kaže Stražanac: „Rješavanje takvih problema nam pomaže da budemo konkurentni na tržištu. Nije lako potpisati ugovor s Nvidiom ili s Toyotom, ali i s još nekoliko velikih blue chip kompanija u svijetu.“

Robotska revolucija nije više pitanje hoće li se dogoditi, već kako brzo. Hrvatska, sa svojim rastućim ekosistemom robotskih i AI tvrtki, pozicionirana je da bude važan dio te transformacije, ne samo kao korisnik, već i kao kreator tehnologija koje mijenjaju svijet.

Raif Okić







SPORT I REKREACIJA

Ovakva događanja privlače goste visoke platežne moći

Sport i rekreacija snažna karta za produljenje turističke sezone

Ono što je za Hrvatsku bitno, budući da gosti iz srednje Europe sve više prevladavaju na hrvatskim odredištima, je da takav pristup preuzimaju i, primjerice, Poljaci i Česi, pa više i nema dvojbi oko toga treba li ili ne ulagati u sportsko-rekreacijsku ponudu.

Može se raspravljati je li Hrvati vole sport ili tek sportske uspjehe, a poznato je da zaostajemo za Slovincima kad je riječ o rekreativnom bavljenju sportom, no sigurno je da tek puno sunčanih dana i atraktivna obala kako godine odmiču postaju sve nedovoljniji za ispunjavanje sve zahtjevnijih očekivanja turista koji su željni iskustva doživljaja kroz dinamično provedeno vrijeme tijekom godišnjih odmora.

Naravno da to utječe i na razmišljanje o načinu razvoja turizma, odnosno o uključivanju sportsko-rekreacijske ponude u aktivan odmor. Štoviše, sport postaje bitan alat za diverzifikaciju turističke ponude, povećanje potrošnje gostiju te produljenje turističke sezone.

Podaci upućuju da oko 30 posto europskih turista bira odredište upravo prema mogućnostima za sport i rekreaciju koji se nude. Već smo spomenuli Sloveniju, ali i gosti s drugih tržišta poput Skandinavije, Njemačke ili Austrije traže aktivan odmor. Ono što je za Hrvatsku bitno, budući da gosti

iz srednje Europe sve više prevladavaju na hrvatskim odredištima, je da takav pristup preuzimaju i, primjerice, Poljaci i Česi, pa više i nema dvojbi oko toga treba li ili ne ulagati u sportsko-rekreacijsku ponudu.

Nedvojbeno je da Hrvatska ima veliki i raznovrstan potencijal kad je riječ o mogućnostima za sportske aktivnosti. Spomenuli smo već obalu, no tu su i planinska područja poput Velebita, Biokova, Dinare i Gorskog kotara te jezera i rijeke gdje se može uživati u spuštanju brzacima u kanuima.

Čitav spektar aktivnosti je moguć kao što su planinarenje, nordijsko hodanje, penjanje, biciklizam, ronjenje, jedrenje, veslanje, golf, sportovi s lopatom, a ponegdje i zimski sportovi.

Turističkim djelatnicima nije promaklo da turisti usmjereni na sport i rekreaciju u prosjeku potroše između 20 i 30 posto više no prosječni gosti, a ako im se sviđa ono što neka destinacija nudi znaju se i vraćati kako bi ponovili bavljenje određenom aktivnošću.

Ne treba posebno isticati da sportsko-rekreativna ponuda omogućuje i može povećati dolaske i izvan glavne sezone. Upravo zato zadnjih godina i

rastu investicije u sportsko-rekreativnu infrastrukturu, a vrlo često se uz privatna ulaganja koriste i novci iz europskih fondova kojima se potiče razvoj zdravog i održivog turizma.

Iako primjera dobre prakse ima diljem Hrvatske, ne treba začuditi da je Istarska županija među onima koji daju najveći naglasak na ulaganje u sportsko-rekreativnu stranu turizma.

Također valja napomenuti da izgradnja infrastrukture za sportske aktivnosti povećava potražnju i za drugim uslugama što sve skupa izravno i posredno utječe na mogućnost otvaranja novih radnih mjesta.

No, sportsko-rekreacijski aspekt turizma ne podrazumijeva samo amaterske aktivnosti gostiju, već i organiziranje sportskih događaja koji će privući posjetitelje. Takvi primjeri su već odavno dokazani ATP turnir u Umagu, zatim Cro Race biciklističke utrke ili jedriličarske regate. Štoviše, takva događanja privlače goste visoke platežne moći.

Ono što ipak treba primijetiti je da se, unatoč deklarativnom opredjeljenju za produžetak sezone, još uvijek najveći dio turističkog prometa, oko





70 posto, odvija u ključnim ljetnim mjesecima i zbog toga su sport i rekreacija važne poluge za ostvarenje znatnijeg broja turističkih dolazaka tijekom cijele godine. Ipak, za to bi bilo potrebno pomnije razraditi strategiju i razviti još intenzivniju sinergiju između privatnog i javnog sektora, ali i obrazovati ljude koji će moći profesional-

no se posvetiti upravo sportsko-rekreacijskom aspektu turizma. Drugim riječima, ne se oslanjati pretežito na one koji se takvim poslovima posvete samo manji dio godine.

Također tu bitnu ulogu mora odigrati destinacijski marketing koji će precizno ciljati sadržajem goste koji traže aktivan odmor.

Svakako je zanimljivo spomenuti i par primjera dobre prakse.

Na pravcu nekadašnje željezničke pruge koja je povezivala Poreč i Trst otvorena je oko 80 kilometara duga sportsko-rekreacijska staza Parenzana koju s jednakim uživanjem mogu koristiti hodači i biciklisti.

Kako se navodi na promotivnom materijalu, istarska dionica vijuga kroz prekrasne udoline, preko zelenih brežuljaka, kroz vinograde i uz maslinike tik do srednjovjekovnih gradića. Putem vode prepoznatljive žute table nudeći informacije o povijesnim vijaduktima, tunelima i željezničkim stanicama koji se mogu otkrivati na putu.

Naravno da takva ponuda onda promiče održivi turizam i lokalne proizvode, omogućuje da gosti uživaju praktično od ožujka do studenoga te povezivanjem više općina potiču se i ulaganja u smještaj i gastronomsku ponudu.

U unutrašnjosti Hrvatske, primjerice na prostoru Plitvičkih jezera i obližnjih odredišta, razvijaju se u zadnje vrijeme ponude takozvanih trail utrka, nordijskog hodanja, jahanja ili zipline sadržaja.





Takav iskorak u područjima koja nisu primarno usmjerena na turizam, izuzev plivničkog nacionalnog parka, potiče dolazak i boravak turista u kontinentalnim područjima.

Nikako se ne smije smetnuti s uma wellness i termalni turizam na sjeveru Hrvatske, primjerice u Svetom Martinu na Muri ili Tuhejskim toplicama. Takva odredišta privlače goste tijekom cijele godine jer nude kombinaciju sporta, rehabilitacije, medicinskih usluga i aktivnog odmora. Na takva mjesta nerijetko odlaze i domaći sportski klubovi kako bi održavali pripreme ili se organiziraju korporativne skupine gostiju u cilju team-building aktivnosti.

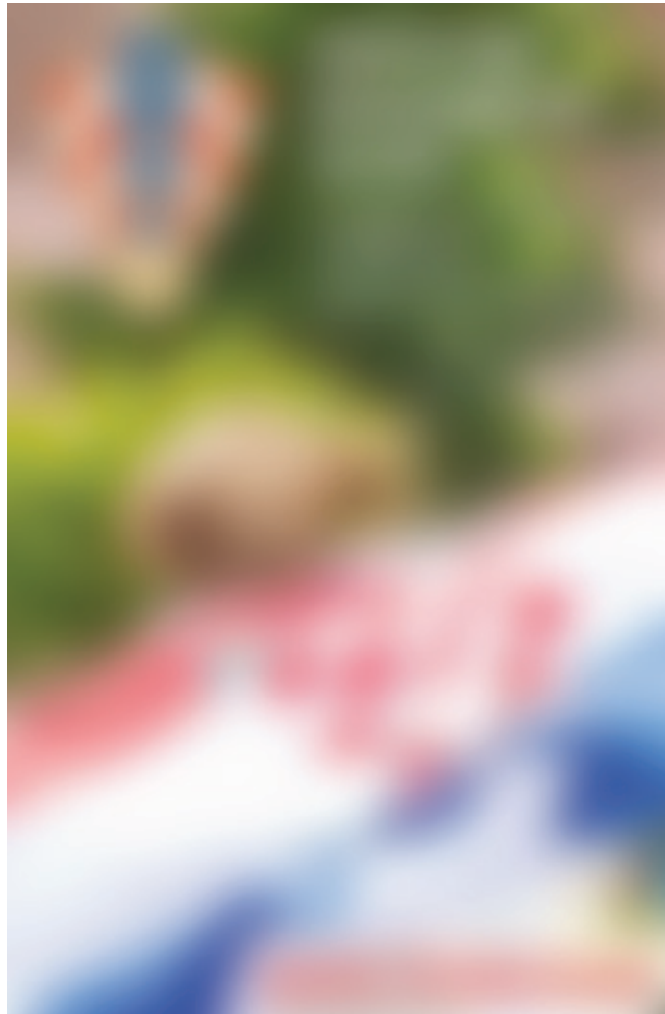
Ono što bi isto moglo biti zanimljivo i povećati turističke prilhode kroz sportski aspekt priče je osnažiti rad

na ponudi za inozemne klubove i sportska društva kako bi dio svojih priprema održali u Hrvatskoj.

Jasno je da je za takav iskorak potrebna izgradnja odgovarajuće infrastrukture, a da je infrastruktura jedna od glavnih zapreka i izazova za još snažniji razvoj sportsko-rekreacijskog turizma svijest postoji već dulje vrijeme.

Naravno, za uspješno rješavanje tog pitanja potrebno je iskoristiti opcije koje mogu ponuditi modeli javno-privatnog partnerstva jer je teško očekivati, kao i u mnogim drugim područjima, da će samo privatni interes dovesti do željenih rezultata.

Da je to tako potvrđuje i primjer adrenalinskog parka Duboka na Papuku koji je dio javno-privatnog projekta i doprinosi razvoju turizma u Slavoniji koja je



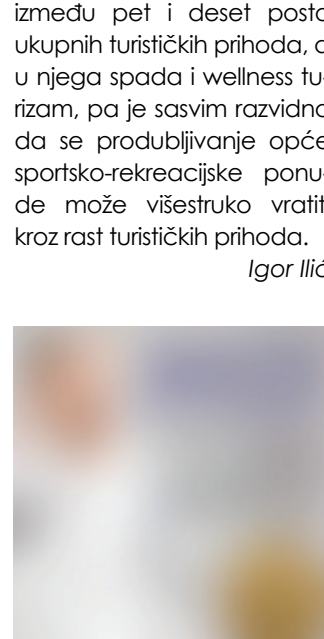
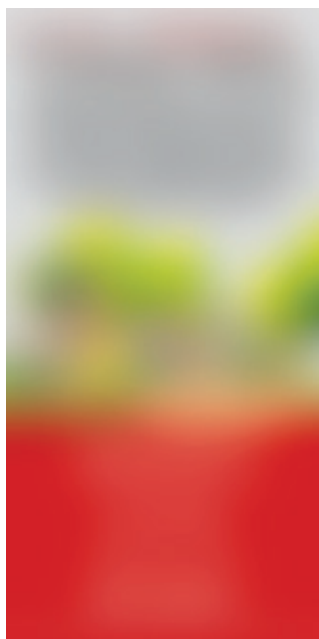
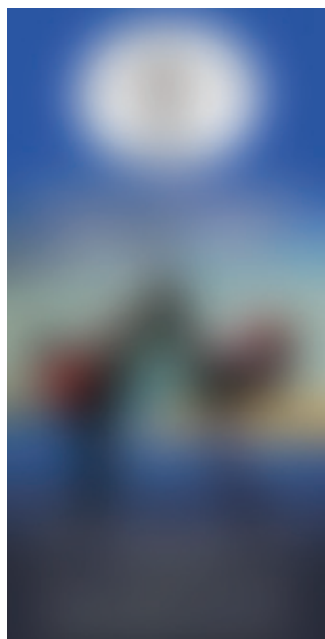
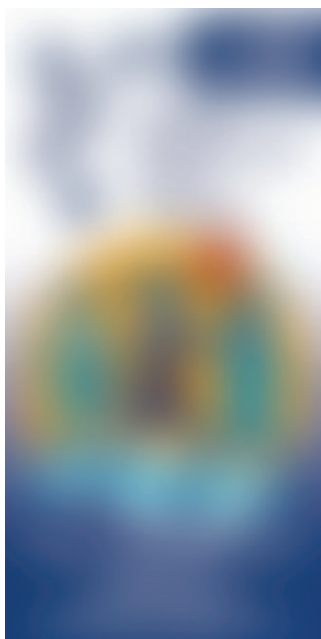
turistički gledano tradicionalno slabije razvijena.

Cikloturistička mreža Baranje i Osijeka je također dobar primjer poticanja dolaska gostiju željnih sporta i rekreacije jer je u blizini kao pravi turistički magnet Kopački rit, a biciklističke

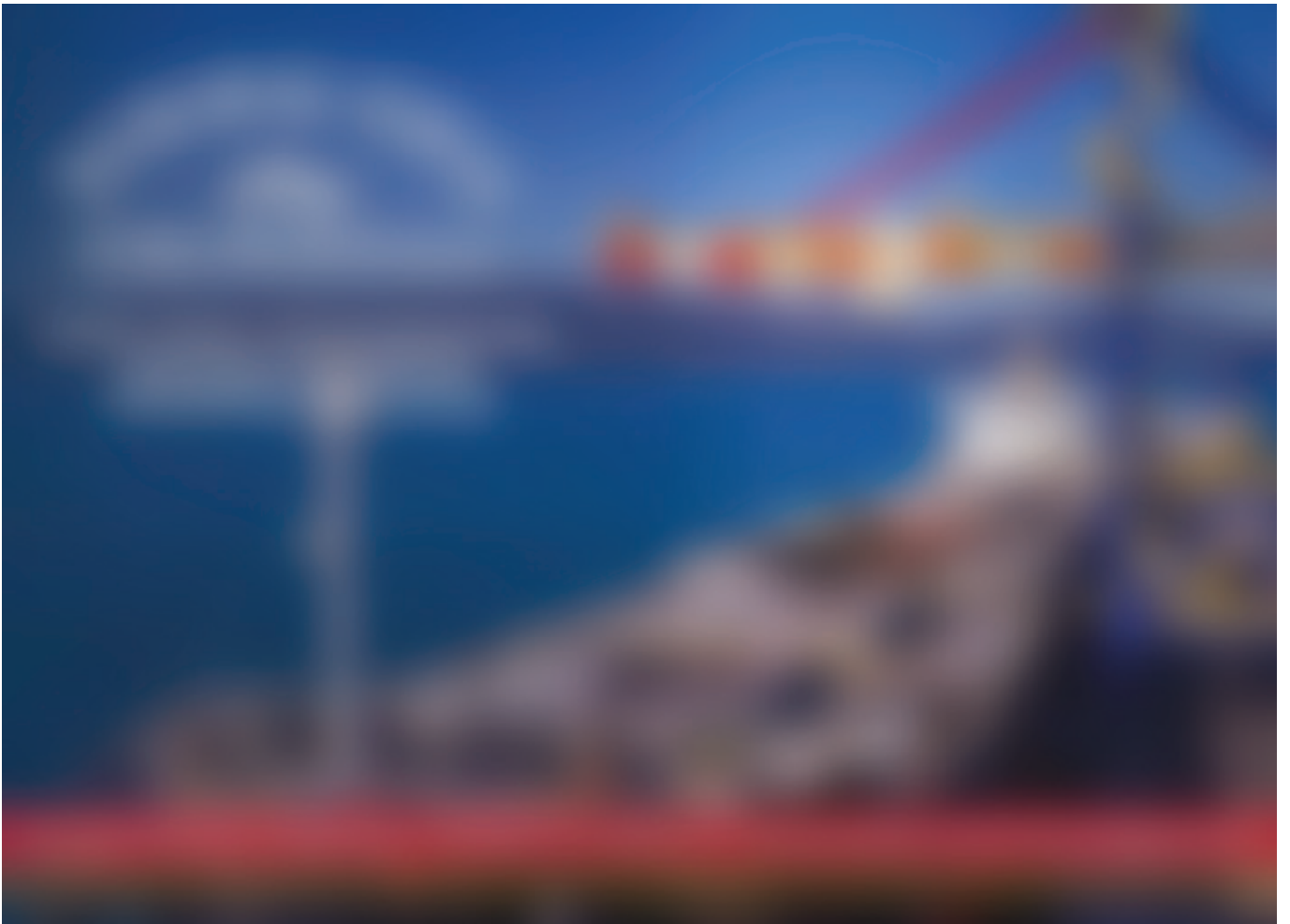
rute povezuju vinske ceste, sela i kulturne lokalitete. Tu prolazi i međunarodna biciklistička ruta EuroVelo 6 koja povezuje Atlantski ocean sa Crnim morem.

Premda nema posve preciznih podataka poznato je da zdravstveni turizam, u kojem investicije rastu, čini između pet i deset posto ukupnih turističkih prihoda, a u njega spada i wellness turizam, pa je sasvim razvidno da se produbljivanje opće sportsko-rekreacijske ponude može višestruko vratiti kroz rast turističkih prihoda.

Igor Ilić







A close-up photograph of a hand holding an open jar of cream. The jar is dark-colored with a lid that is slightly ajar, revealing a thick, light-colored cream inside. The hand is positioned on the left side of the frame, with fingers gently gripping the jar. The background is a soft, out-of-focus light color. A large, semi-transparent pink overlay covers the right side of the image, and the text 'LJEPOTA I NJEGA' is written in white, uppercase letters across the middle of this overlay.

LJEPOTA I NJEGA

Industrija ljepote

Prihodi na tržištu kozmetike rastu: Što biraju naši građani?

Podnaslov: Hrvatske tvrtke sve su uspješnije u plasiranju svojih proizvoda za njegu tijela

Zdrav život i ulaganje u njegu tijela postaje sve popularnije u Hrvatskoj, a to utječe na razvoj i napredak domaćih kozmetičkih brendova kao što su Skintegra, Skinlick, Olival, Biobaza, Melem i Immortella. Naravno, tu su i inovativna health tech rješenja naših tvrtki te mnoge druge opcije u hrvatskoj industriji ljepote.

Synergotron je jedna od hrvatskih tvrtki koja ulaže u njegu tijela. Njihov uređaj Healeex pomaže korisnicima da se bolje osjećaju i da bolje izgledaju. Oni su u listopadu 2023. godine predstavili svoj uređaj u sklopu Labena Ventures akceleratora na Malti, gdje su proglašeni za 'Top Startup of the Year', a lani su sudjelovali i na Arab Healthu u Dubaiju.

„Healeex koristi patentiranu tehnologiju hibridne plazme koja omogućava primjenu suptilnih fizičkih podražaja na neinvazivan način, podržavajući pritom prirodne procese regeneracije tijela. Uređaj je namijenjen svima koji žele njegovati svoje

tijelo na prirodniji način, bez obzira na njihovu dob ili aktivnost. Primjerice, sportaši ga koriste kao podršku u brzem oporavku od napornih treninga ili ozljeda, dok ga stariji korisnici upotrebljavaju u svrhu revitalizacije i ublažavanja svakodnevnih nelagoda povezanih s njihovom dobi“, istaknuo je Domagoj Prebeg, doktor znanosti i osnivač Synergotrona.

Ovaj uređaj je prvenstveno dizajniran za jednostavno korištenje u udobnosti vlastitog doma, ali ga zbog dobrih rezultata i pristupačne cijene sve više koriste profesionalni pružatelji njege, poput fizioterapeuta i kozmetičkih salona.

Uz ovakve uređaje, kada govorimo o ljepoti i njezi, ističe se i kozmetika pa je zato bitno vidjeti kako posluju hrvatske tvrtke koje plasiraju takve proizvode na tržište.

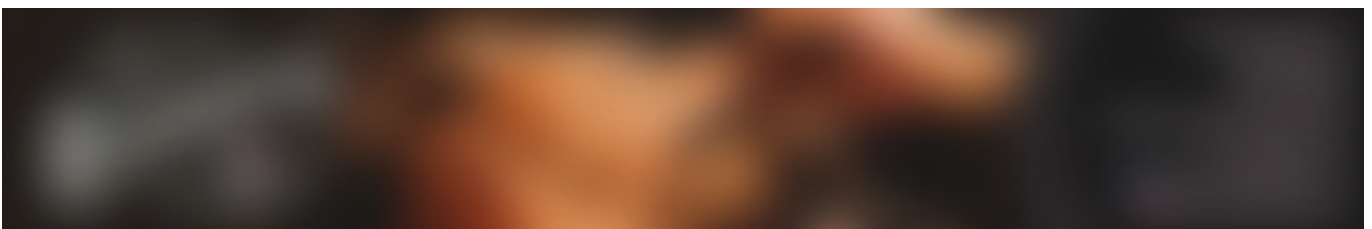
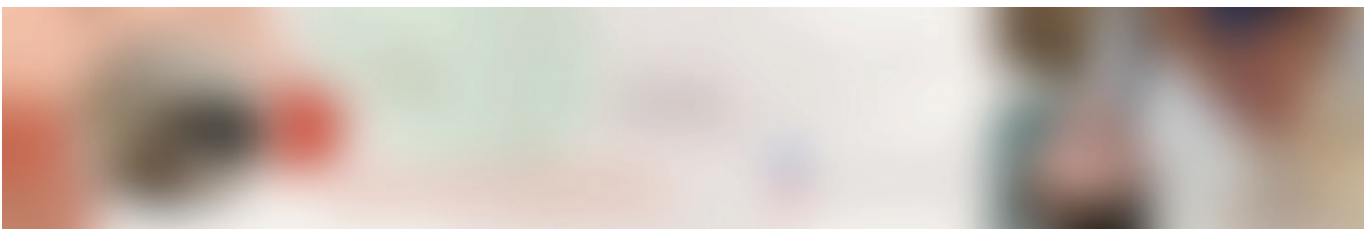
Iza brendova Skintegra i Skinlick stoji hrvatska obiteljska tvrtka Creaticon koja je osnovana 2014. godine, a već 2017. je na tržište lansirala prve proizvode kozmetičke linije Skintegra,

prema podacima na stranici Skintegra.hr.

„Posljednjih sedam godina fokusirali smo se na širenje distributivne mreže diljem Europe pa je zbog rastuće potražnje potkraj 2022. godine lansirani komplementaran asortiman Skinlicka, još jednog brenda koji je brzo stekao popularnost u Hrvatskoj, ali i Europi. Izvozimo na tržište EU-a i regije, a najvažnija tržišta na kojima se prodaju naši proizvodi i koja imaju velik potencijal te na kojima su ti proizvodi iznimno dobro prihvaćeni su tržišta poput Njemačke, Španjolske, Portugala i Švedske“, navode iz te tvrtke.

Olival posluje od 1994. i u svom asortimanu ima više od 190 proizvoda za njegu lica, tijela i kose. Proizvodnja i formuliranje proizvoda ove tvrtke odvija se u Hrvatskoj, a već godinama svoje proizvode plasiraju i na strana tržišta.

Od 2010. godine Olival svoje proizvode izvozi u susjedne zemlje kao što su Bosna i Hercegovina, Slovenija i Srbija,





a tijekom godina je proširio izvoz i na druge države.

Njihove kreme, losioni i serumi pružaju odgovor na gotovo sve zahtjeve i potrebe današnjih potrošača i tržišta, a dijele se na prirodnu i konvencionalnu kozmetiku s visokim udjelom prirodnih sastojaka. Uz rast izvoza i širenje asortimana, tvrtka je tijekom godina bilježila i rast prihoda. Tako su joj u 2023. ukupni prihodi iznosili 8,46 milijuna eura, a u 2024. godini više od 11,87 milijuna eura, prema podacima CompanyWalla.

Biobaza je još jedna popularna marka hrvatskih kozmetičkih proizvoda. Oni su svoj prvi izvoz ostvarili u 2015. godini na mađarsko tržište, a nakon toga su se širili na slovensko i srpsko tržište te mnoga druga. Ovu marku razvija i proizvodi tvrtka Magdis d.o.o., brzorastući hrvatski farmaceutski i kozmetički proizvođač.

Bitno je napomenuti da Neva, najstariji hrvatski proizvođač kozmetike i toaletnih proizvoda koji je osnovan davne 1918. godine, od 1948. proizvodi vodeće robne marke na hrvatskom tržištu, kao što su Plidentu pasta za zube, Rosal balzam za usne, te kozmetika Rosal i Melem. U listopadu 2018. Nevu je uspješno preuzeo Magdis od Atlantic Grupe, te tako proširio svoj portfelj brendova. Uz Biobazu, oni sada u ponudi imaju i Plidentu, Melem, Rosal i mnoge druge, prema podacima na internetskoj stranici Neva.hr.

Većina navedenih proizvoda izvozi se i u susjedne države, a jedan od popularnijih je Melem koji služi za zaštitu osjetljive kože.

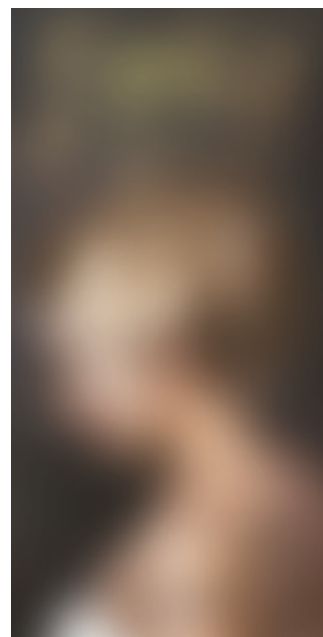
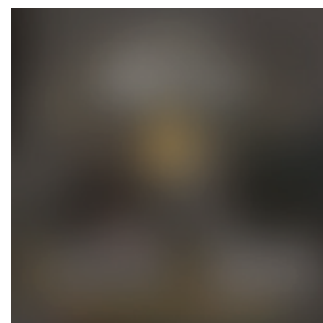
Brend Immortella već godinama na tržište plasira visokokvalitetne proizvode. U 2020. godini je tvrtka Bloom, u čijem je vlasniš-

tvu ovaj brend, pokrenula projekt certificiranja 10 Immortella proizvoda za međunarodno tržište. Njihovi proizvodi za njegu kože danas su dostupni u mnogim dućanima diljem Hrvatske.

S obzirom na uspjeh spomenutih tvrtki i brendova jasno je da industrija ljepote u Hrvatskoj napreduje. O tome nam govore i podaci njemačke statističke platforme Statista prema kojima prihodi na tržištu kozmetike u 2025. godini u Hrvatskoj iznose 52,71 milijun eura, a do kraja godine bi mogli biti znatno veći. Očekuje se da će tržište godišnje rasti po stopi od 2,46 posto.

„Potražnja za prirodnim i organskom kozmetikom u Hrvatskoj stalno raste jer potrošači daju prioritet održivosti i zdravlju“, navode statističari.

Vladana Kovačević













MOJADJELATNOST
www.moja-djelatnost.hr



