

Analiza utjecaja turizma na tržište nekretnina u gradovima Jadranske Hrvatske

Dilber, Nela

Master's thesis / Diplomski rad

2024

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:191:153852>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-03-28**



Repository / Repozitorij:

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



SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij

NELA DILBER

**Analiza utjecaja turizma na tržište nekretnina u gradovima
Jadranske Hrvatske**

**Analysis of the impact of tourism on the real estate market in
Adriatic Croatian cities**

Diplomski rad

Opatija, 2024.

SVEUČILIŠTE U RIJECI
Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
Sveučilišni diplomski studij
Menadžment u turizmu

Analiza utjecaja turizma na tržište nekretnina u gradovima
Jadranske Hrvatske

Analysis of the impact of tourism on the real estate market in
Adriatic Croatian cities

Diplomski rad

Kolegij: **Nacionalna ekonomija** Student: **Nela DILBER**

Mentor: **Prof. dr. sc. Marinela Krstinić** Matični broj: **3726/18**
Nižić

Komentor: **dr.sc. Maša Trinajstić**

Opatija, rujan 2024.



IZJAVA O AUTORSTVU RADA I O JAVNOJ OBJAVI OBRANJENOG DIPLOMSKOG RADA

Nela Dilber

(ime i prezime studenta)

3726/18

(matični broj studenta)

Analiza utjecaja turizma na tržište nekretnina u gradovima Jadranske Hrvatske

(naslov rada)

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

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

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

U Opatiji, 09. rujna 2024. godine

Potpis studenta

SAŽETAK

Nekretnine su tradicionalno popularna investicija u Republici Hrvatskoj, a njihovo posjedovanje doživljava se kao znak financijske sigurnosti i prestiža. S obzirom na kulturološke i ekonomske čimbenike, turizam ima značajan utjecaj na cijene i dostupnost nekretnina, posebno u priobalnim područjima. Ovaj rad analizira utjecaj turizma na tržište nekretnina u gradovima Jadranske Hrvatske, ističući kompleksne odnose između turističke aktivnosti i dinamike tržišta nekretnina. Rad započinje pregledom zakonodavnog okvira i tipova nekretnina, a potom identificira pojavu cjenovnog balona kao ključnog rizika za financijsku stabilnost. Poseban fokus stavljen je na turističku gentrifikaciju, koristeći primjere Napulja i Palme kako bi se ilustrirali socio-ekonomski utjecaji intenzivnog turizma. Analiza pokazuje da rast cijena nekretnina, potaknut turističkom potražnjom, smanjuje priuštivost stanovanja za lokalno stanovništvo i može dovesti do socijalnih tenzija i gubitka autentičnosti destinacija. Istraživanje uključuje detaljnu analizu tržišta nekretnina na Jadranu, pokazujući kako turistička sezona utječe na cijene stambenih i poslovnih prostora, zemljišta i drugih vrsta nekretnina. Rezultati pokazuju da se lokalno stanovništvo suočava s povećanim izazovima u priuštivosti stanovanja zbog rasta cijena uzrokovanog turizmom. Zaključci rada naglašavaju potrebu za pažljivim praćenjem tržišta nekretnina i implementacijom održivih politika koje će uravnotežiti ekonomske koristi turizma s potrebama lokalne zajednice. Preporučuje se regulacija kratkoročnog najma, promicanje održivog turizma i jačanje financijske pismenosti kako bi se osigurala dugoročna stabilnost tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj. Balansiranje između gospodarskog rasta i očuvanja priuštivosti stanovanja ključno je za održivu budućnost tržišta nekretnina.

Ključne riječi: tržište nekretnina, Jadranska Hrvatska, turistička gentrifikacija

Sadržaj

1. Uvod.....	1
2. Opća obilježja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj	3
2.1. Zakonodavni okvir.....	4
2.2. Pregled tipova nekretnina	5
2.2.1. Rezidencijalne nekretnine	5
2.2.2. Zemljišta.....	9
2.2.3. Poslovne nekretnine	15
2.3. Cjenovni balon na tržištu nekretnina	18
3. Povezanost turizma i tržišta nekretnina	23
3.1. Turistička gentrifikacija.....	24
3.2. Gentrifikacija na primjeru Palma de Mallorce i Napulja.....	26
4. Utjecaj turizma na tržište nekretnina na Jadranu – analiza istraživanja	30
5. Zaključak.....	43
Reference.....	44
Popis tablica	46
Popis grafikona.....	46
Popis slika	47

1. Uvod

Nekretnine su i dalje najpopularnija vrsta investicije, a posjedovanje nekretnine često se doživljava kao znak financijske sigurnosti i prestiža. U Republici je Hrvatskoj posjedovanje nekretnina duboko ukorijenjeno u kulturi, što se može pripisati povijesnim i društvenim čimbenicima. Već neko vrijeme raspravlja se o nedostupnosti nekretnina za prosječnog hrvatskog državljanina, pogotovo za mlade koji se u sve kasnijoj dobi osamostaljuju i odlaze iz roditeljskih domova. U turističkim destinacijama ovaj je problem izraženiji, a sve se više osjeća netrpeljivost lokalnog stanovništva prema negativnim učincima koje turizam izaziva. Lokalno stanovništvo suočava se s raznim izazovima, kao što su primjerice visoki troškovi življenja, zbog čega su prisiljeni na iseljavanje.

Predmet istraživanja ovog rada utjecaj je turizma na tržište nekretnina u gradovima Jadranske Hrvatske. Posebna pažnja posvećena je istraživanju povezanosti turizma i tržišta nekretnina, s naglaskom na turističku gentrifikaciju. Problem istraživanja predstavlja pitanje izaziva li turizam pozitivan ili negativan utjecaj na tržište nekretnina.

Svrha je istraživanja prikazati kako tržište nekretnina reagira na povećanu turističku aktivnost u turističkim središtima, a jedan od važnijih ciljeva rada razumjeti je kako turizam oblikuje tržište nekretnina i koje mjere se moraju poduzeti da bi turizam imao što manji negativni učinak na tržište nekretnina.

Dosadašnja istraživanja dovode u vezu razvoj turizma i cijene nekretnina. Škrabić Perić, Rimac Smiljanić, Kezić (2021), istražili su utjecaj turizma i poslovnog okruženja na cijene stambenih nekretnina na makrorazini u zemljama Srednje i Istočne Europe. Njihova je analiza potvrdila kako postoji jaka veza među navedenim čimbenicima. Navodi se kako je očigledno da međunarodni kupci i domaći investitori kupuju nekretnine s ciljem kratkoročnog najma turistima te stvaraju novu potražnju koja se prelijeva i na druga turistički neatraktivna područja. Također, navode kako nepovoljno poslovno okruženje otežava stvaranje nove ponude nekretnina, ali i usmjerava poslovnu aktivnost prema „jednostavnom“ poduzetništvu - prema turističkom najmu. Mustać (2019), navodi turizam kao jedan od čimbenika za stvaranje cjenovnog balona na tržištu nekretnina. Otkad je Republika Hrvatska postala članica Europske unije, dolazi do smanjenja restrikcija za strance kod kupovanja nekretnina te povećanja potražnje za nekretninama. Posljedica toga porast je cijena nekretnina. Studija „The effect of

tourism activity on housing affordability", istražila je odnos između turističke djelatnosti i pristupačnosti stanovanja na uzorku hrvatskih općina. Rezultati otkrivaju dva paradoksalna ishoda iz perspektive razvoja turizma. Prvo, turističke destinacije i njihova gentrificirana središta posebno gube svoju autentičnost i privlačnost koja je pridonijela njihovom imidžu koji je privlačio posjetitelje na prvom mjestu. Drugo, kada se stanovnici moraju preseliti zbog rastuće turističke aktivnosti i problema s dostupnošću smještaja, razvoj turizma postaje kontraproduktivan.

U pisanju ovog diplomskog rada primijenjene su metoda deskripcije, analize, sinteze, komparacije i metoda kompilacije.

Rad se sastoji od uvoda, zaključka i tri glavna poglavlja. Prvo poglavlje daje uvid u opća obilježja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj; tipove nekretnina, zakonodavni okvir i objašnjava pojavu cjenovnog balona. U drugom se poglavlju objašnjava povezanost turizma i tržišta nekretnina s naglaskom na pojavu turističke gentrifikacije, a prikazuje se primjer Napulja i Palma de Mallorce. U trećem poglavlju analizira se utjecaj turizma na tržište nekretnina u Jadranskoj Hrvatskoj u periodu od 2018. do 2022. godine.

2. Opća obilježja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj

Smatra se da su i danas nekretnine najpopularnija vrsta investicije u Republici Hrvatskoj. Općepoznata je uzrečica da „Hrvati štede u ciglama“. Prema statističkom ured Europskih zajednica (Eurostat) čak 89,7 % stanovništva Republike Hrvatske u vlasništvu je imalo barem jednu nekretninu u 2019. godini. Iako veliki dio tih nekretnina potječe iz bivšeg sustava, može se zaključiti da je interes za nekretninama u hrvatskih građana i kulturološko obilježje (Matić 2020, 23). Autor osim toga navodi da su razlozi omiljenosti nekretnina kao oblika ulaganja brojni, a izdvaja ih nekoliko. Naime, nekretnine je kao stvarnu imovinu prosječnom građaninu lakše razumjeti od ulaganja u tržište kapitala. Također, ističe nisku razinu financijske pismenosti i nedostatak povjerenja u hrvatsko tržište kapitala.

Tržište nekretnina Republike Hrvatske odnosi se na ukupnu površinu kopnenog dijela države koji iznosi 56.594 km². Na tom području odvijaju se sve transakcije, a ono čini 64,3 % ukupnog teritorija, s građevinama trajno spojenim na njega ili bez njih. „Šume i šumsko zemljište prostiru se na 26.887 km², što čini 47,5 % kopnenog teritorija Republike Hrvatske. Prirodne šume obuhvaćaju 95 % ukupne šumske površine, dok preostalih 5 % čine površine pod potpomognutom obnovom (uključujući kulture i plantaže). Poljoprivredne površine zauzimaju oko 47,6 % kopnenog teritorija Republike Hrvatske.“ (Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske, 2017).

U 2021. godini izgrađena je ukupno 6.171 zgrada; 5.007 stambenih i 1.164 nestambenih zgrada (Državni zavod za statistiku, 2022). U usporedbi s 2020. godinom, broj ukupno izgrađenih zgrada porastao je za 5,7 %, dok je broj stambenih zgrada porastao za 9,3 %. Istovremeno, izgradnja nestambenih zgrada smanjena je za 8,7 % (Državni zavod za statistiku, 2022). Kada se promatra međugodišnje kretanje izgradnje po vrstama nestambenih zgrada, najveći pad u odnosu na 2020. godinu zabilježen je kod hotela i sličnih zgrada (-42,6 %), kao i kod zgrada za kulturno-umjetničke djelatnosti, zabavu, obrazovanje i zdravstvenu zaštitu (-10,8 %). Ostale nestambene zgrade također bilježe pad: industrijske zgrade i skladišta (-4,1 %), zgrade za trgovinu na veliko i malo (-1,2%) i ostale nestambene zgrade (-5 %). S druge strane, u 2021. godini izgrađeno je 78,6 % više uredskih zgrada i 10,1 % više zgrada za promet i komunikacije u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 1. Broj transakcija po vrsti ugovora u 2021. i 2022. godini

Vrsta ugovora/godina	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene
Kupoprodaja	133.997	116.734	-12,9%
Najam	28.911	42.059	45,5%
Zakup	53.639	51.530	-3,9%
Ukupno	216.547	210.323	-2,9%

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022., 16.

Tablica 1. prikazuje broj transakcija prema vrsti ugovora za 2021. i 2022. godinu. Vidljivo je da je kupoprodaja bila najčešća transakcija na tržištu nekretnina u Republici Hrvatskoj u 2022. godini (116.734 transakcija). Istovremeno, 42.059 transakcija odnosilo se na najam, a 51.530 na zakup. Gledajući 2021. godinu ukupan broj kupoprodaja u 2022. godini bilježi međugodišnji pad od 12,9 %, dok se broj transakcija najma povećao za 45,5 %, a broj transakcija zakupa smanjio za 3,9 % (Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske 2022, 15).

2.1. Zakonodavni okvir

Sukladno Zakonu o vlasništvu i drugim stvarnim pravima, nekretnine su čestice zemljine površine, zajedno sa svime što je sa zemljištem trajno spojeno na površini ili ispod nje, ako zakonom nije drugačije određeno (Zakon o vlasništvu i drugim stvarnim pravima (pročišćeni tekst) 2015, čl. 2, st. 3). Razlikuju se dvije osnovne vrste nekretnina, a to su zemljišta i građevine. „Zemljišta obuhvaćaju građevinska zemljišta koja mogu biti izgrađena i neizgrađena, poljoprivredna zemljišta koja mogu biti uređena i neuređena, zatim šume i šumska zemljišta. U kategoriju građevina ulaze stambene zgrade i njihovi dijelovi, poslovne zgrade i sve druge zgrade kao i njihovi dijelovi, zatim ostale građevine i njihovi dijelovi kao što su ceste, mostovi i ostalo“ (Ministarstvo financija Republike Hrvatske 2016, 3). „Poslovanje nekretninama u Republici Hrvatskoj regulirano je nizom propisa, među kojima se osim već spomenutog Zakona o vlasništvu i drugim stvarnim pravima, kao značajniji mogu izdvojiti Zakon o posredovanju u prometu nekretnina, Zakon o zemljišnim knjigama, Zakon o najmu

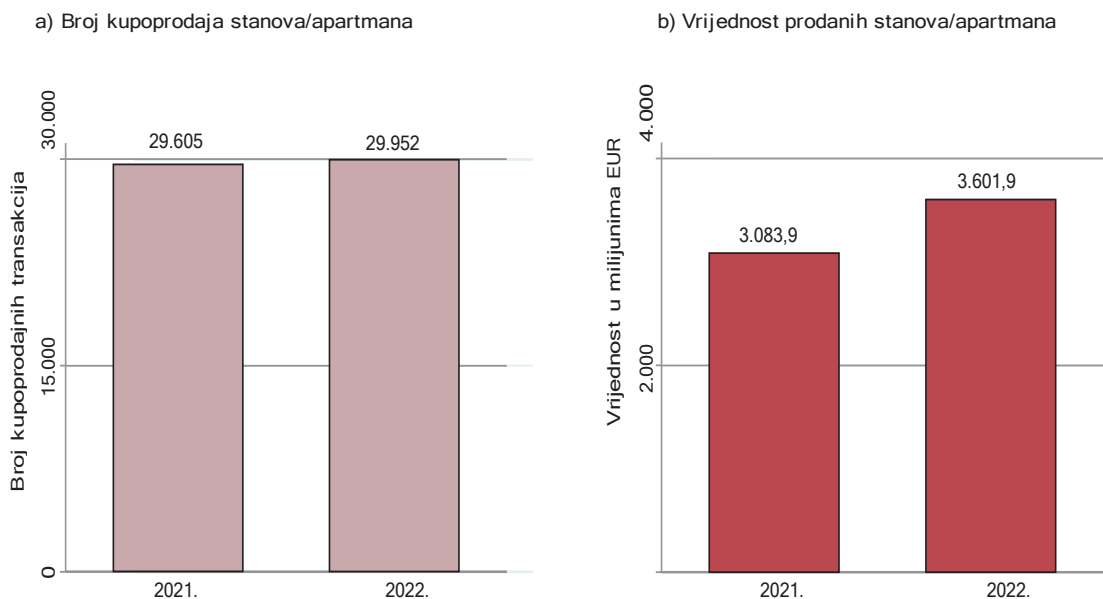
stanova, Zakon o zakupu i kupoprodaji poslovnog prostora, Zakon o gradnji, Zakon o procjeni vrijednosti nekretnina i Zakon o porezu na promet nekretnina“ (Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine 2022, 14).

2.2. Pregled tipova nekretnina

Nekretnine u Republici Hrvatskoj najčešće se grupiraju i prate prema sljedećoj podjeli: rezidencijalne nekretnine, zemljišta i poslovne nekretnine. U ovom poglavlju prema toj će se podjeli predstaviti tipovi nekretnina u Republici Hrvatskoj, točnije, predstaviti će se kretanje kupoprodaje i kretanje cijena tih nekretnina kroz protekle godine. Također, u ovom će se pregledu izdvojiti najveći gradovi Jadranske Hrvatske i dostupni podaci o kretanju tržišta nekretnina na njihovom području.

2.2.1. Rezidencijalne nekretnine

Grafikon 1. prikazuje kako su u 2022. godini ostvarene 29.952 kupoprodaje stanova/apartmana ukupne vrijednosti od 3.601,9 milijuna eura. Prosječna vrijednost jedne kupoprodajne transakcije iznosila je 120.255,7 eura. U usporedbi s 2021. godinom ostvareno je 1,2 % kupoprodaja više, a vrijednost prodanih stanova/apartmana bilježi rast od 16,8 %.



Grafikon 1. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih stanova/apartmana u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.

Prema Pregledu tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. medijalna cijena stana ili apartmana u toj godini iznosila je 1.668 eura, što znači da je pola stanova prodano po cijeni od 1.668 eura i manjoj, dok je druga polovica prodana po cijeni od 1.668 eura i višoj. Medijalna cijena stanova/apartmana po kvadratnom metru u eurima u 2022. godini ostvarila je rast od 15,7 % u odnosu na godinu ranije. Medijan veličine prodanih stanova ili apartmana u 2022. godini je iznosio 61 m². Neznajčajno je ta vrijednost narasla u odnosu na 2021. godinu kada je medijan iznosio 60 m². Također, to predstavlja pola prodanih stanova ili apartmana u 2022. godini površine 61 m² i manje, dok je preostala polovica bila površine 60 m² i veće. Veličina 5 % najmanjih prodanih stanova u 2022. godini bila je od 28 m² i manje, dok je 5 % najvećih stanova bilo površine od 159 m² više. Medijan starosti stanova ili apartmana kojima se trgovalo u 2021. godini iznosio je 24 godine. Uspoređujući s 2021. godinom, naredne se godine u prosjeku se više trgovalo starijim stanovima, s medijalnom starosti od 22 godine. Prvih 5 % prodanih stanova činili su stanovi stari manje od jedne godine, odnosno novogradnja, dok je 5 % najstarijih prodanih stanova bilo staro najmanje 102 godine.

Istraživanja su obuhvatila i kupoprodaje stanova, apartmana i obiteljskih kuća na razini velikih gradova Republici Hrvatskoj. U 2022. godini, na razini 25 velikih gradova, zabilježene

su ukupno 20.122 kupoprodaje stanova/apartmana, što predstavlja 67,2 % svih transakcija u Republici Hrvatskoj te godine. Pored grada Zagreba koji je imao 10.272 kupoprodaje, ističu se i druga veća urbana središta: Rijeka s 1.683, Split s 1.496, Zadar s 1.115 i Osijek s 1.037 prodanih stanova/apartmana. U usporedbi s 2021. godinom, 14 velikih gradova bilježi porast broja kupoprodaje, dok ih 11 bilježi pad. Najveći porast zabilježen je u Krapini s 52 kupoprodaje, što je povećanje od 147,6 % u odnosu na 2021. godinu. Slijedi Virovitica s povećanjem od 67,2 % (112 prodanih stanova/apartmana u 2022. godini).

Najviša medijalna cijena stana/apartmana u 2022. zabilježena je u Dubrovniku i iznosila je 2.588 eura po m², u Splitu 2.547 eura po m² i u gradu Zagrebu 1.929 eura po m². Medijalne cijene između 1.000 i 1.900 eura po m² postignute su u 13 velikih gradova, uključujući Zadar, Rijeku, Kaštela, Veliku Goricu, Pulu, Šibenik, Samobor, Varaždin, Krapinu, Osijek, Koprivnicu, Vinkovce i Karlovac. U ostalim velikim gradovima, medijalne cijene varirale su od 153 eura po m² u Vukovaru, do 986 eura po m² u Pazinu. Medijalne cijene stanova/apartmana u 2022. godini bilježe porast u 21 velikom gradu u odnosu na 2021. godinu. Pad cijena zabilježen je samo u Vukovaru (-53,5 %), Bjelovaru (-2 %), Požegi (-0,9 %) i Šibeniku (-0,1 %). Najveći međugodišnji porast zabilježen je u Vinkovcima, gdje je medijalna cijena porasla za 51,4 % u odnosu na 2021. godinu. Značajan rast zabilježen je i u Krapini (48,6 %), Gospiću (28,9 %), Puli (25,6 %), Virovitici (21,8 %) i u Zagrebu (20,6 %).

Što se tiče Jadranske Hrvatske i velikih gradova na tom području, pet od šest navedenih gradova iz tablice 2. bilježe rast prodanih stanova/apartmana u 2022. u odnosu na 2021. Iznimka je Šibenik koji bilježi godišnju stopu promjene od -19,4 %. Prednjači Dubrovnik koji je u 2022. prodao 27,1 % stanova/apartmana više nego u 2021. godini. Što se tiče medijalnih cijena stanova/apartmana, također, pet od šest navedenih gradova bilježi porast medijalne cijene u 2022. u odnosu na 2021. Šibenik bilježi godišnju stopu promjene od neznačajnih -0,1 % u 2022. godini. Pula bilježi najveći rast medijalne cijene od 26,6 % u 2022. u odnosu na prethodnu godinu.

Tablica 2. Broj prodanih stanova/apartmana i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske

Veliki grad	Broj prodanih stanova/ apartmana			Medijalna cijena stana/apartmana po m ²				
	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene (%)	2021.		2022.		Godišnja stopa promjene
				EUR	HRK	EUR	HRK	
Rijeka	1.470	1.683	14,5%	1.500	11.284	1.715	12.919	14,3%
Split	1.425	1.496	5,0%	2.217	16.682	2.547	19.190	14,9%
Pula	611	667	9,2%	1.192	8.969	1.498	10.609	25,6%
Zadar	1.067	1.115	4,5%	1.644	12.367	1.858	14.003	13,0%
Šibenik	351	283	-19,4%	1.406	10.579	1.405	10.586	-0,1%
Dubrovnik	332	422	27,1%	2.473	18.610	2.558	19.270	3,4%

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. (<https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>)

U 2022. godini, na razini 25 velikih gradova ostvareno je 5.425 kupoprodaja obiteljskih kuća, što čini 30 % ukupnog broja kupoprodaja takvih nekretnina u Republici Hrvatskoj te godine. U usporedbi s prethodnom godinom, kupoprodaje obiteljskih kuća u tim gradovima zabilježile su rast od 1,7 %. Najviše kupoprodaja obiteljskih kuća ostvareno je u Zagrebu, njih 1.702. Slijede Osijek s 543, Zadar s 358, Slavonski Brod s 275, Velika Gorica s 274, Vukovar s 220 i Bjelovar s 200 kupoprodaja obiteljskih kuća. Ovi gradovi sudjeluju s čak 65,8 % u ukupnom prometu obiteljskih kuća u 25 velikih gradova 2022. godine. U usporedbi s 2021. godinom, 15 velikih gradova bilježi porast broja kupoprodaja obiteljskih kuća, dok njih 10 ostvaruje pad. Najveći porast bilježi Slavonski Brod s povećanjem od 51,9 %, zatim Dubrovnik s 48,2 %. Dvoznamenkasti porast bilježe još Gospić (34,4 %), Požega (33,3 %), Čakovec (30,7 %), Pazin (28,6 %), Sisak (24,3 %), Velika Gorica (19,7 %), Pula (17,6 %) i Zadar (10,8 %). Nasuprot tome, najveće smanjenje broja kupoprodaja obiteljskih kuća zabilježeno je u Varaždinu (-79,1 %), zatim Rijeci (-40,2 %), Krapini (-33,9 %), Vinkovcima (-25,1 %), Bjelovaru (-14,5 %), Šibeniku (-8,2 %) i Splitu (-7 %).

Tablica 3. Broj prodanih obiteljskih kuća i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske

Županija	Broj prodanih obiteljskih kuća			Medijalna cijena obiteljskih kuća po m ²				Godišnja stopa promjene
	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene (%)	2021.		2022.		
				EUR	HRK	EUR	HRK	
Rijeka	97	58	-40,2%	328	2.469	361	2.722	10,1%
Split	142	132	-7,0%	1.188	8.942	1.234	9.297	3,9%
Pula	34	40	17,6%	277	2.088	550	4.141	98,6%
Zadar	323	358	10,8%	671	5.045	709	5.341	5,7%
Šibenik	122	112	-8,2%	697	5.248	731	5.509	4,9%
Dubrovnik	56	83	48,2%	1.354	10.186	1.746	13.158	29,0%

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. (<https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>)

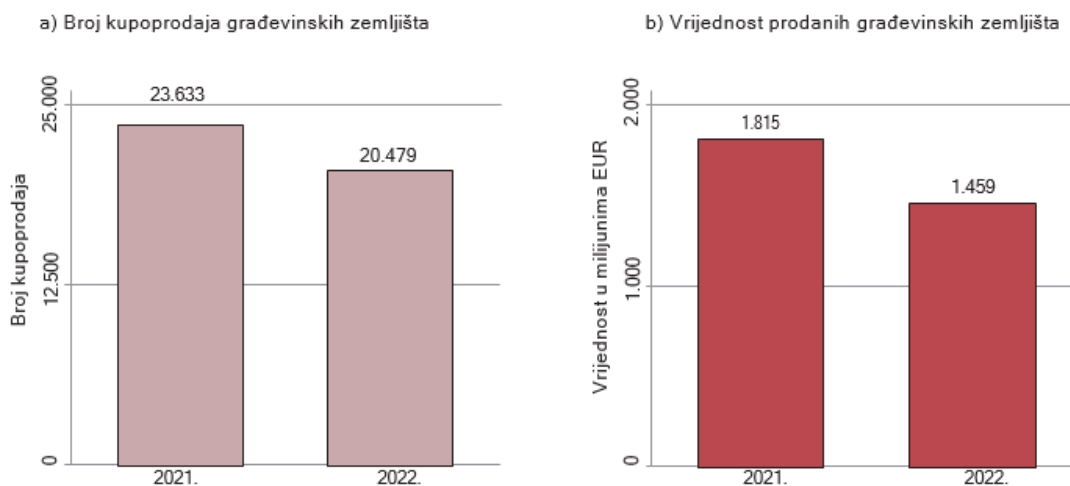
Tablica 3. prikazuje broj prodanih obiteljskih kuća u velikim gradovima Jadranske Hrvatske kao i njihovu medijalnu cijenu. Rijeka bilježi velik pad u 2022. godini od 40,2 % prodanih obiteljskih kuća u odnosu na 2021. godinu, Split i Šibenik također bilježe pad od 7 % i 8,2 %. Ostali gradovi bilježe pozitivnu godišnju stopu promjene. Medijalne cijene ovih gradova bilježe rast kod svih šest gradova, a ističe se Pula koja bilježi rast medijalne cijene od 98,6 % u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu.

Što se tiče rezidencijalnih nekretnina može se izdvojiti generalni zaključak kako je došlo do rasta kupoprodaje i vrijednosti ovog tipa nekretnina u 2022. godini u odnosu na 2021. u Republici Hrvatskoj. Najviša medijalna cijena stana ili apartmana u Republici Hrvatskoj u 2022. godini zabilježena je u Dubrovniku, Splitu i Zagrebu. Kada promatramo obiteljske kuće, na prva tri mjesta su Zagreb, Osijek i Zadar. Promatrajući šest izdvojenih gradova Jadranske Hrvatske u 2022. i 2021. godini, zaključujemo kako su bilježili rast kupoprodaje i medijalne cijene stanova/apartmana, s iznimkom Šibenika, dok su kod obiteljskih kuća tri grada bilježila pad, a tri grada rast kupoprodaje i medijalne cijene.

2.2.2. Zemljišta

Iz grafikona 2. vidljivo je da je u 2022. godini zabilježeno 20.479 kupoprodaja građevinskog zemljišta, čija je ukupna vrijednost iznosila 1,46 milijuna eura. U usporedbi s prethodnom godinom, broj kupoprodaja smanjen je za 13,4 %, dok je vrijednost prodanog građevinskog zemljišta bila manja za 19,6 % u istom razdoblju. Prosječna vrijednost jedne kupoprodajne

transakcije također je smanjena, sa 76.799 eura po transakciji u 2021. godini, na 71.244 eura u 2022. godini. U 2021. godini, ukupna vrijednost kupoprodajnih transakcija građevinskim zemljištem iznosila je 1,82 milijarde eura. Tijekom dvogodišnjeg razdoblja, na području Republike Hrvatske ostvareno je ukupno 44.112 kupoprodaja građevinskog zemljišta, čija je ukupna vrijednost iznosila 3,28 milijardi eura.



Grafikon 2. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih građevinskih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.

Isti izvor navodi i statistiku kupoprodaja zemljišta u većim gradovima Republike Hrvatske. Prikazano je da je najveći broj kupoprodaja građevinskog zemljišta u 2022. godini zabilježen u Zagrebu, gdje je ostvareno 1.046 kupoprodaja. Zatim slijede Zadar s 613, Šibenik s 342, Kaštela s 332 i Samobor s 328 kupoprodaja građevinskog zemljišta. S druge strane, manje od 100 kupoprodaja građevinskog zemljišta zabilježeno je u Krapini, Sisku, Vinkovcima, Požegi, Pazinu, Gospiću, Bjelovaru, Vukovaru, Virovitici i Varaždinu.

Analiza podataka o međugodišnjem kretanju broja prodanih građevinskih zemljišta po velikim gradovima ukazuje da se u 2022. godini broj prodanih građevinskih zemljišta povećao u 8 velikih gradova. To su Slavonski Brod (38,3 %), Pazin (38,2 %), Požega (20,0 %), Velika Gorica (19,2 %), Samobor (11,6 %), Krapina (10,0 %), Osijek (5,2 %) i Dubrovnik (3,4 %). S druge strane, međugodišnje smanjenje broja prodanog građevinskog zemljišta veće od 50 % zabilježeno je u Puli (-50,2 %), Vukovaru (-52,8 %) i Varaždinu (-71,4 %).

Analiza podataka o kretanju medijalne cijene građevinskih zemljišta u velikim gradovima ukazuje da su u 2022. godini najvišu medijalnu cijenu zabilježili Split (191 eura po m²), Dubrovnik (167 eura po m²) i Zadar (100 eura po m²). S druge strane, medijalnu cijenu građevinskih zemljišta manju od 10 eura po m² zabilježili su Koprivnica, Sisak, Krapina i Karlovac. U 2022. godini šesnaest je velikih gradova zabilježilo međugodišnji rast medijalne cijene. To su Požega, Bjelovar, Osijek, Šibenik, Kaštela, Vinkovci, Vukovar, Varaždin, Split, Velika Gorica, Pazin, Karlovac, Grad Zagreb, Rijeka, Virovitica i Čakovec. Najveći međugodišnji rast medijalne cijene zabilježila je Požega gdje je medijalna cijena građevinskih zemljišta bila za 65,4 % veća nego u prethodnoj godini. Naspram njoj, najveće međugodišnje smanjenje medijalne cijene građevinskih zemljišta zabilježeno je u Krapini gdje je medijalna cijena bila za 61,0 % manja nego prethodne godine.

Tablica 4. u nastavku prikazuje godišnju stopu promjene kod prodanih građevinskih zemljišta i njihovih medijalnih cijena. Vidljivo je da samo Dubrovnik bilježi pozitivnu stopu promjene od 3,4 %, dok ostali gradovi imaju pad broja prodanih građevinskih zemljišta. Što se tiče medijalnih cijena, Pula, Zadar i Dubrovnik imaju pad medijalne cijene, a Rijeka, Split i Šibenik rast medijalne cijene. Šibenik bilježi rast od čak 51,4 %.

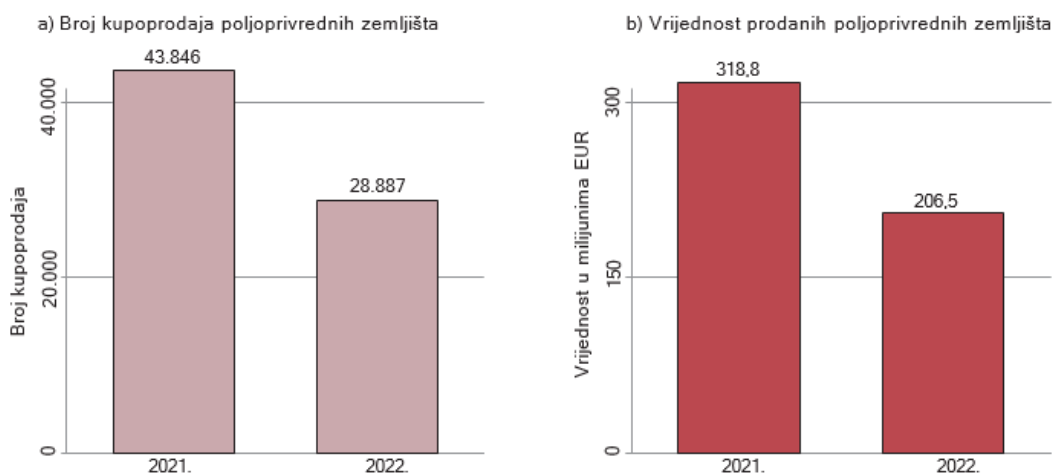
Tablica 4. Broj prodanih građevinskih zemljišta i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske

Veliki grad	Broj prodanih građevinskih zemljišta			Medijalna cijena građevinskog zemljišta po m ²				Godišnja stopa promjene
	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene	2021.		2022.		
				EUR	HRK	EUR	HRK	
Rijeka	317	213	-32,8%	59	447	62	467	4,4%
Split	340	295	-13,2%	172	1.293	191	1.437	11,1%
Pula	245	122	-50,2%	85	638	56	655	-34,3%
Zadar	895	613	-31,5%	112	846	100	755	-10,9%
Šibenik	394	342	-13,2%	58	436	88	660	51,4%
Dubrovnik	148	153	3,4%	170	1.282	167	1.256	-2,2%

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. (<https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>)

Grafikon 3. prikazuje kako je u Republici Hrvatskoj u 2022. godini zabilježeno 28.887 kupoprodaja poljoprivrednog zemljišta ukupne vrijednosti 206,5 milijuna eura. U odnosu na 2021. godinu kada je zabilježeno 43.846 kupoprodajnih transakcija poljoprivrednim

zemljištem, broj kupoprodaja u 2022. godini znatno se smanjio i to za 34,1 %. Za 35,2 % se smanjila ukupna vrijednost kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu. U 2021. godini ukupna je vrijednost 43.846 kupoprodajnih transakcija poljoprivrednih zemljišta iznosila 318,8 milijuna eura. Tijekom 2021. i 2022. godine ostvarene su 72.733 kupoprodaje poljoprivrednog zemljišta ukupne vrijednosti u iznosu od 525,3 milijuna eura. Jedna prosječna kupoprodajna transakcija poljoprivrednog zemljišta u 2022. godini imala je vrijednost od 7.149 eura, a u 2021. godini 7.271 euro.



Grafikon 3. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih poljoprivrednih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.

Na razini velikih gradova najveći broj kupoprodaja poljoprivrednog zemljišta u 2022. godini zabilježen je u Zagrebu gdje su ostvarene 544 kupoprodajne transakcije. Zatim slijedi Čakovec s 369 kupoprodaja poljoprivrednog zemljišta, Bjelovar s 258 i Sisak s 244 kupoprodaje. S druge strane, manje od 100 kupoprodaja poljoprivrednih zemljišta zabilježili su Šibenik, Osijek, Kaštela, Krapina, Pazin, Zadar, Split, Vukovar, Pula, Slavonski Brod, Dubrovnik, Vinkovci i Varaždin.

Analiza podataka o međugodišnjem kretanju broja prodanih poljoprivrednih zemljišta po velikim gradovima ukazuje da su samo četiri velika grada zabilježila povećanje broja prodanih poljoprivrednih zemljišta u 2022. godini. To su Krapina (61,4 %), Zagreb (14 %), Velika Gorica (11,5 %) i Split (5,8 %). Ostali su gradovi zabilježili međugodišnje smanjenje

broja prodanog poljoprivrednog zemljišta. Pri tome su najveće međugodišnje smanjenje broja prodanog poljoprivrednog zemljišta zabilježili gradovi Varaždin (-76,5 %), Pula (-65,4 %) i Bjelovar (-58,4 %). Analiza podataka o kretanju medijalne cijene poljoprivrednih zemljišta u velikim gradovima ukazuje da su u 2022. godini najvišu medijalnu cijenu zabilježili Split (18,8 eura po m²), Kaštela (16,1 eura po m²), Zadar (10,7 eura po m²) i Dubrovnik (10 eura po m²). To su ujedno i jedini veliki gradovi u kojima je medijalna cijena poljoprivrednog zemljišta iznosila barem deset eura po kvadratnom metru. S druge strane, medijalnu cijenu poljoprivrednih zemljišta od 0,5 eura po m² ili manju zabilježili su Virovitica, Koprivnica, Čakovec, Gospić, Požega, Karlovac, Bjelovar i Sisak. Podatci za grad Rijeku zaštićeni su s obzirom na to da je ostvareno manje od 10 transakcija kupoprodaje poljoprivrednog zemljišta. Analiza podataka o međugodišnjem kretanju medijalne cijene prodanih poljoprivrednih zemljišta po velikim gradovima ukazuje da je sedamnaest velikih gradova zabilježilo povećanje medijalne cijene poljoprivrednih zemljišta u 2022. godini. To su Zadar, Dubrovnik, Samobor, Varaždin, Kaštela, Grad Zagreb, Vinkovci, Gospić, Požega, Split, Koprivnica, Šibenik, Velika Gorica, Osijek, Vukovar, Krapina i Pula. Pri tome je najveće međugodišnje povećanje medijalne cijene, i to od 224,2 %, zabilježio Zadar. Međugodišnje smanjenje broja prodanog poljoprivrednog zemljišta zabilježili su Karlovac (-25 %) i Pazin (-28,6 %). U 2022. godini medijalna cijena ostala je nepromijenjena u odnosu na prethodnu godinu u Slavonskom Brodu, Virovitici, Čakovcu i Bjelovaru.

Među velikim gradovima Jadranske Hrvatske samo Split bilježi pozitivan rast od 5,8 % kod broja prodanih poljoprivrednih zemljišta u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu, dok Pula, Zadar, Šibenik i Dubrovnik bilježe pad. U Rijeci je ostvareno manje od 10 transakcija kupoprodaje poljoprivrednog zemljišta, pa podaci za taj grad nisu prikazani. Medijalna cijena je rasla u svim navedenim gradovima, a ističu se Zadar i Dubrovnik sa rastom od 224,2 % i 117,4 %, što je vidljivo u tablici 5.

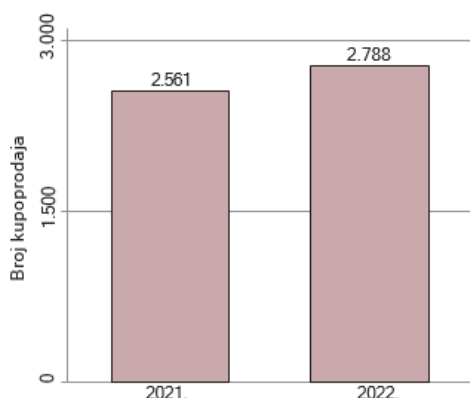
Tablica 5. Broj prodanih poljoprivrednih zemljišta i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske

Veliki grad	Broj prodanog poljoprivrednog zemljišta			Medijalna cijena poljoprivrednog zemljišta po m ²				
	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene	2021.		2022.		Godišnja stopa promjene
				EUR	HRK	EUR	HRK	
Rijeka	22	*	**	3,0	22,4	*	*	**
Split	52	55	5,8%	14,4	108,0	18,8	141,5	30,6%
Pula	107	37	-65,4%	7,0	52,9	7,2	54,5	2,9%
Zadar	69	57	-17,4%	3,3	25,0	10,7	80,9	224,2%
Šibenik	144	90	-37,5%	3,8	28,4	4,5	34,0	18,4%
Dubrovnik	54	33	-38,9%	4,6	34,9	10,0	75,3	117,4%

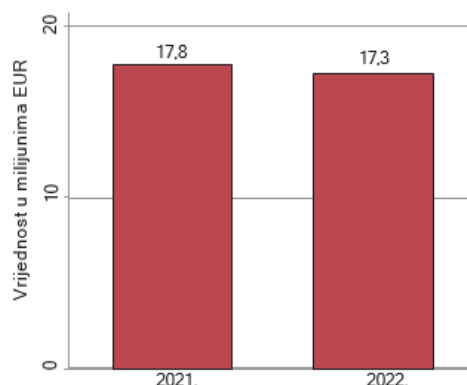
Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. (<https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>)

U 2022. godini ostvareno je 2.788 kupoprodaja šumskog zemljišta ukupne vrijednosti 17,3 milijuna eura. U usporedbi s prethodnom godinom, ostvareno je 8,9 % više kupoprodaja, a vrijednost prodanog šumskog zemljišta smanjila se za 2,8 %. U 2022. godini prosječna se vrijednost kupoprodajnih transakcija šumskim zemljištem smanjila u odnosu na prethodnu godinu i iznosila je 6.205 eura po transakciji. U dvogodišnjem razdoblju ostvareno je ukupno 5.349 kupoprodaja šumskog zemljišta ukupne vrijednosti 35,1 milijuna eura (grafikon 4.).

a) Broj kupoprodaja šumskih zemljišta



b) Vrijednost prodanih šumskih zemljišta



Grafikon 4. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih šumskih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.

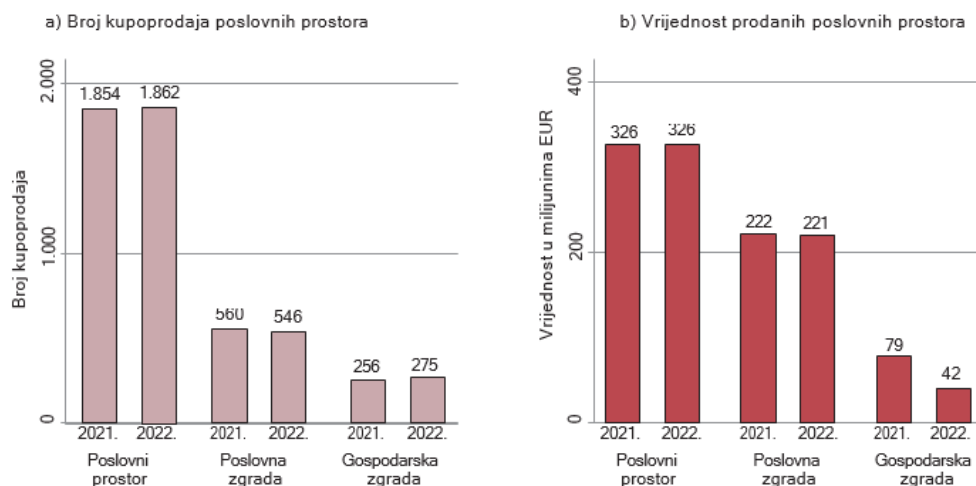
Zbog malog broja transakcija, analiza podataka o međugodišnjem kretanju broja prodanih šumskih zemljišta obuhvaća samo gradove Samobor, Viroviticu, Zagreb, Karlovac, Veliku Goricu i Sisak. Analiza pokazuje da su međugodišnje povećanje broja prodanog šumskog zemljišta u 2022. godini zabilježili Samobor (37,5 %), Virovitica (6,7 %), te Zagreb (5,1 %). S druge strane, istovremeno su međugodišnje smanjenje broja kupoprodaja zabilježili Karlovac (-8,3 %), Velika Gorica (-25,0 %) i Sisak (-41,2 %).

Nakon iznošenja ovih podataka i statistika bitno je izdvojiti nekoliko informacija o zemljištima. U 2022. godini najviše kupoprodaja građevinskog zemljišta zabilježeno je u Zagrebu pa sljedeća tri mjesta odlaze u priobalne gradove, a to su Zadar, Šibenik i Kaštela. Također, najveća medijalna cijena građevinskih zemljišta zabilježena je u priobalnim gradovima, a to su Split, Dubrovnik i Zadar. Međutim, promatrajući izdvojene gradove Jadranske Hrvatske u odnosu na 2021. godinu, u 2022. godini samo Dubrovnik bilježi rast kupoprodaje građevinskog zemljišta. Nadalje, kako bi bilo i za očekivati, kod poljoprivrednih zemljišta prednjače gradovi Kontinentalne Hrvatske, a to su Zagreb, Čakovec, Bjelovar i Sisak. Svi analizirani gradovi Jadranske Hrvatske bilježe pad prodanih poljoprivrednih zemljišta, osim grada Splita, ali je bitan podatak da je rasla medijalna cijena ovakvog tipa zemljišta u svim priobalnim gradovima.

2.2.3. Poslovne nekretnine

Što se tiče poslovnih nekretnina, u 2022. godini na području Republike Hrvatske zabilježene su 1.862 kupoprodaje poslovnih prostora. Od toga su 546 bile kupoprodaje poslovnih zgrada, a 275 kupoprodaje gospodarskih zgrada (grafikon 5.). U odnosu na 2021. godinu, poslovni prostori i gospodarske zgrade zabilježili su blago povećanje broja kupoprodaja, dok su poslovne zgrade zabilježile neznajno smanjenje broja tih transakcija. U 2021. godini zabilježeno je tako 1.854 kupoprodaje poslovnih prostora te se broj kupoprodaja poslovnih prostora u narednoj godini povećao za 0,43 %. Istovremeno, vrijednost ostvarenih kupoprodajnih transakcija poslovnih prostora u 2022. godini u odnosu na 2021. godinu ostala je nepromijenjena i iznosila je 326 milijuna eura. U 2021. godini zabilježeno je i 560 kupoprodaja

poslovnih zgrada, što znači da se broj kupoprodaja poslovnih zgrada u 2022. godini u odnosu na prethodnu godinu smanjio se za 2,5 %. Vrijednost ostvarenih kupoprodaja poslovnih zgrada smanjila se za milijun eura u 2022. godini u odnosu na prethodnu (0,5 %) i dosegla je iznos od 221 milijun eura. Gospodarske zgrade brojale su 256 kupoprodajnih transakcija u 2021. godini, a broj tih transakcija u 2022. godini povećao se za 7,4 % u odnosu na prethodnu godinu. Vrijednost navedenih transakcija u 2022. smanjila se za 37 milijuna eura pa je u odnosu na prethodnu godinu bila manja za 46,8 %. U 2022. godini zabilježene su ukupno 2.683 kupoprodajne transakcije svih triju vrsta poslovnih nekretnina. To je bilo povećanje od 0,49 % u odnosu na 2021. godinu kada ih je bilo 2.670. Što se tiče vrijednosti prethodno navedenih transakcija, one su u 2022. godini dosegle vrijednost od 589 milijuna eura, što je smanjenje od 6,1 % u odnosu na 2021. godinu.



Grafikon 5. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih poslovnih nekretnina u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.

Tržišta poslovnih prostora u velikim gradovima Republike Hrvatske u 2022. godini bilježila su divergentna kretanja u odnosu na 2021. godinu. Od šesnaest velikih gradova koji bilježe dovoljno velik broj transakcija u 2021. i 2022. godini (deset i više transakcija) i za koje se stoga mogu prikazati podatci o broju transakcija, medijalnim cijenama i njihove međugodišnje stope promjene, njih 9 bilježi smanjenje broja kupoprodaja poslovnih prostora u

2022. godini u odnosu na prethodnu godinu. Najveće smanjenje bilježi Čakovec u kojem je broj transakcija iznosio 20, što je za 42,9 % manje u odnosu na 2021. godinu. Slijedi Bjelovar u kojem je smanjenje broja transakcija iznosilo 36 %, a u 2022. godini zabilježeno je ukupno 16 transakcija. Smanjenje broja kupoprodaja bilježe još i Karlovac (-31,6 %), Pula (-25,0 %), Samobor (-23,1 %), Sisak i Vinkovci (po -14,3 %). Dva najveća hrvatska grada, Zagreb i Split u 2022. godini ostvarili su 640 i 136 transakcija kupoprodajnim prostorima, uz ostvarenje međugodišnje stope pada broja transakcija od -5,2 % i -0,7 %. S druge strane, povećanje broja kupoprodaja u 2022. godini zabilježeno je u sedam velikih hrvatskih gradova. Najveće povećanje broja transakcija zabilježeno je u Slavanskom Brodu (68,2 %), Dubrovniku (27,6 %), Koprivnici (28,6 %), Osijeku (10,9 %), Šibeniku (8,0 %), Zadru (4,0 %) i Rijeci (3,4 %). U Rijeci, kao najvećem gradu u kojem je u 2022. godini zabilježeno povećanje broja kupoprodaja poslovnih prostora, ukupno je zabilježena 91 takva transakcija, u Osijeku 61, u Zadru 78, a u Dubrovniku njih 37.

Medijalne cijene poslovnih prostora u 2022. godini zabilježile su porast vrijednosti u odnosu na 2021. u 13 od ukupno 16 velikih gradova za koje možemo prikazati izračun medijalne cijene. Pad cijena zabilježen je samo u Šibeniku (-26,95 %), Sisku (-5,35 %) i Slavanskom Brodu (-1,95 %). Najveći međugodišnji porast medijalne cijene zabilježen je u Vinkovcima u kojima je medijalna cijena poslovnog prostora u 2022. godini iznosila 777 eura po m², što je bilo za 63,7 % više u odnosu na 2021. godinu. Značajan rast medijalne cijene poslovnih prostora (iznad 30 %) ostvaren je još i u Karlovcu gdje je medijalna cijena poslovnog prostora u 2022. godini iznosila 874 eura po m², zatim u Koprivnici gdje je medijalna cijena iznosila 961 euro po m², zatim u Samoboru, Bjelovaru i Osijeku, gdje se medijalna cijena poslovnog prostora kretala između 785 i 1.105 eura po m². Rast cijena u najvećim hrvatskim gradovima bio je nešto umjereniji. U Zagrebu se tako medijalna cijena poslovnih prostora u 2022. godini povećala za 19 % u odnosu na 2021. godinu, u Splitu za 12,3 %, a u Rijeci za 5,4 %. Najveću medijalnu cijenu poslovnih prostora u 2022. godini bilježi Dubrovnik (2.392 eura po m²), zatim Split (1.843 eura po m²), Pula (1.307 eura po m²), Zagreb (1.294 eura po m²) i Zadar (1.251 euro po m²).

Tablica 6. Broj prodanih poslovnih prostora i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske

Veliki grad	Broj prodanih poslovnih prostora			Medijalna cijena poslovnih prostora po m ²				
	2021.	2022.	Godišnja stopa promjene	2021.		2022.		Godišnja stopa promjene
				EUR	HRK	EUR	HRK	
Rijeka	88	91	3,4%	1.034	7.777	1.090	8.213	5,4%
Split	137	136	-0,7%	1.641	12.350	1.843	13.886	12,3%
Pula	20	15	-25,0%	1.261	9.485	1.307	9.849	3,6%
Zadar	75	78	4,0%	1.158	8.716	1.251	9.429	8,0%
Šibenik	25	27	8,0%	1.296	9.755	948	7.143	-26,9%
Dubrovnik	29	37	27,6%	1.771	13.322	2.392	18.023	35,1%

Izvor: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. (<https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>)

U tablici 6. vidljivi su podaci o broju prodanih poslovnih nekretnina i medijalne cijene za velike gradove Jadranske Hrvatske. U 2022. godini Pula bilježi pad od 25 % manje prodanih poslovnih prostora u odnosu na 2021. godinu, Split neznatan pad od 0,7 %, dok ostali gradovi bilježe rast. Medijalna cijena je u 2022. godini manja za 27 % u Šibeniku, dok je u ostalim gradovima medijalna cijena rasla.

Kada se promatraju poslovne nekretnine, gradovi Jadranske Hrvatske nisu se posebno istaknuli, s obzirom na to da je najveće povećanje broja transakcija zabilježeno u Slavonskom Brodu, Dubrovniku, Koprivnici, Osijeku, Šibeniku, Zadru i Rijeci. Medijalne cijene poslovnih prostora u 2022. godini zabilježile su porast vrijednosti u odnosu na 2021. godinu u 13 od ukupno 16 navedenih velikih gradova.

2.3. Cjenovni balon na tržištu nekretnina

Pandemija COVID-19 donijela je globalne promjene u različitim industrijama, a tržište nekretnina nije iznimka. U Hrvatskoj, specifični faktori poput demografskih kretanja, turizma, i subvencioniranih stambenih kredita dodatno su oblikovali tržište nekretnina u vrijeme pandemije.

U početku pandemije došlo je do smanjenja prihoda od turizma, što je značajno pogodilo hrvatsko gospodarstvo s obzirom na to da je Hrvatska poznata kao turistička destinacija. Ovo smanjenje prihoda uzrokovalo je pad potražnje za nekretninama, posebice među domaćim stanovništvom koje se suočavalo s ekonomskom nesigurnošću i gubitkom radnih mjesta. S druge strane, strani kupci, koji često gledaju na nekretnine u Hrvatskoj kao na investicijsku priliku, nastavili su pokazivati interes za kupnju, posebno u obalnim regijama. Ovo je dovelo do polarizacije na tržištu nekretnina, gdje su cijene u urbanim središtima i na Jadranskoj obali nastavile rasti, dok su cijene u ruralnim područjima ostale stabilne ili čak pale.

Jedan od ključnih faktora koji oblikuje tržište nekretnina u Hrvatskoj je demografska struktura stanovništva. Zabilježena je pojačana deruralizacija, gdje sve veći broj mladih napušta ruralna područja i seli se u veće gradove poput Zagreba, Splita i Rijeke. Ovo dovodi do povećane potražnje za nekretninama u urbanim sredinama, dok potražnja za nekretninama u ruralnim dijelovima zemlje opada. Osim toga, strani državljani, posebno iz zemalja Europske unije, i dalje pokazuju interes za kupnju nekretnina u Hrvatskoj, posebice na Jadranskoj obali. Njihova kupovna moć često nadmašuje onu domaćeg stanovništva, što dodatno pridonosi rastu cijena nekretnina u tim regijama. Kako bi olakšala stambeno zbrinjavanje mladih, Vlada Republike Hrvatske uvela je mjere subvencioniranja stambenih kredita. Ova mjera ima dvostruku funkciju: s jedne strane potiče mlade obitelji na kupnju vlastitih nekretnina, a s druge strane ima demografski učinak jer potiče natalitet povećanjem subvencija za svako novođeno dijete. Subvencionirani krediti omogućili su mnogim mladim ljudima, koji inače ne bi imali dovoljno financijskih sredstava, da kupe stanove ili kuće u urbanim sredinama. Međutim, usprkos ovim poticajima, ruralna područja ostaju zapostavljena jer većina mladih preferira život u gradovima, gdje su mogućnosti zapošljavanja i obrazovanja daleko bolje. Autori Genzić i Vudrić u svom istraživanju govore kako tržište zemljišta, posebno poljoprivrednog i šumskog je bilježilo pad broja transakcija. Taj pad je posebno izražen u manje razvijenim županijama, gdje se poljoprivredno zemljište sve manje prodaje. Iako je vrijednost nekih transakcija porasla, ukupni broj kupoprodaja se smanjio, što ukazuje na smanjenu aktivnost na ovom dijelu tržišta. Slično tome, tržište poslovnih nekretnina također je bilježilo pad broja transakcija, ali i rast ukupne vrijednosti transakcija. Pandemija je uzrokovala smanjenje potražnje za poslovnim prostorima, osobito zbog prelaska mnogih tvrtki na model rada od kuće, što je rezultiralo smanjenom potrebom za uredskim prostorima.

Na tržištu nekretnina u Hrvatskoj primijećen je rast cijena koji mnogi stručnjaci opisuju kao potencijalni cjenovni balon. Trajni rast cijene dobara iznad njezine dotadašnje normalne tržišne vrijednosti rezultira stvaranjem cjenovnog balona. Pojava tzv. balona nije novost na tržištu. Ako „balon“ u određeno vrijeme pukne, nerijetko dolazi do sloma ili krize određenog tržišta. „To je jasno vidljivo na primjeru posljednje velike svjetske gospodarske krize nastale potkraj 2007. godine, čiji je okidač bio pucanje balona na tržištu nekretnina u SAD-u, a uzročno-posljedičnim vezama kriza se prelila na cijelo gospodarstvo SAD-a te i proširila se na cijeli svijet, najviše na Europu, gdje se također stvorio balon na tržištu nekretnina“ (Mustać 2019, 79).

Cijene nekretnina ovise o sudionicima na tržištu. Ako ponuda nekretnina neko vrijeme ostane ograničena, a potražnja na vidljivom dijelu tržišta značajno poraste, porast cijena u tom segmentu može se brzo odraziti na druge dijelove tržišta. To znači da, primjerice, povećanje cijena kuća za odmor može dovesti do poskupljenja stanova na istom području. Cijena stambenih nekretnina važna je za ekonomsku stabilnost zemalja jer su nekretnine uobičajeni kolateral pri zaduživanju poduzeća i stanovništva kod poslovnih banaka i utječu na razinu kredita koje banke prihvaćaju. Viša razina cijena znači više cijene kolaterala pa kada cijene rastu, olakšava se kreditiranje i s jedne strane raste potražnja za kreditom u zajmoprimaca, a s druge strane, povećava se ponuda kredita kod zajmodavaca. Isto tako, pad cijena utječe na smanjenje vrijednosti kolaterala, negativno utječe na otpornost zajmoprimatelja i povećava mogućnost neplaćanja i gubitaka u financijskom sektoru, slabeći time gospodarske uvjete i povećavajući kreditni rizik kod davatelja zajmova.

Najprikladnija definicija vrijednosti nekretnine jest cijena koju nekretnina postiže na tržištu u danome trenutku. Međutim, budući da se samo mali dio nekretnina prodaje u bilo kojem trenutku, a mali dio se prodaje opetovano, prilično je teško izračunati prosječnu cijenu nekretnine i vrijednost ukupnog stambenog fonda na temelju podataka. Od socijalističkog razdoblja većina kuća prodana je stanarima po povoljnim cijenama. Privatizacija je tako donijela neočekivane dobrobiti ljudima, ostavljajući mnoge ljude da žive u kućama koje si nisu mogli priuštiti. „Cijene nekretnina u Republici Hrvatskoj dosegnule su vrhunac 2008. godine, nakon čega su, paralelno s usporavanjem ekonomske aktivnosti u Republici Hrvatskoj, počele padati. Taj se trend nastavio do kraja 2015. godine. Ukupan pad cijena nekretnina od 2008. do 2015. godine iznosio je 20 %, ali ako se pogleda cijelo analizirano razdoblje (2002. – 2015.),

može se vidjeti da su cijene nekretnina u Republici Hrvatskoj narasle za 61 %“ (Mustać 2019, 81).

Autor navodi različite razloge rasta cijena nekretnina: troškovi gradnje, lokacije nekretnina, turizam, APN-ovi. Posljednjih je godina Republika Hrvatska iskoristila situaciju u kojoj se nalaze Turska i okolne zemlje zbog problema imigracije i nesigurnosti zemalja koje su se pokazale manje sigurnima za ljetovanje, zbog čega su se turisti odlučili za Republiku Hrvatsku kao sigurniju zemlju za odmor. Autor predviđa da će se u slučaju dvije uzastopne loše turističke sezone, zemlja poput Hrvatske, kojoj BDP ovisi o turizmu, suočiti sa stagnacijom ili recesijom. Iako su primjeri Grčke i Španjolske pokazali da se nacionalna sigurnost ne može temeljiti samo na turizmu, turizam je i dalje važna karika hrvatske gospodarske stabilnosti.

Kretanja u turizmu teško se predviđaju. U turističkim središtima cijene će ostati u prosjeku više od cijena u ostalim mjestima, bez obzira na gospodarski rast ili pad, zbog neelastičnosti ponude. Dugoročno na cijene nekretnina utječe inflacija, što znači da je rast opće razine cijena pozitivno povezan s rastom cijena nekretnina pa se ulaganje u nekretnine može vidjeti kao obrana od inflacije. Kratkoročno na te cijene utječu stambeni krediti, broj sklopljenih brakova pa i inflacija. Zajmovi namijenjeni mladima kratkoročno uzrokuju nestabilnost tržišta i mogu se smatrati neodrživima jer se povišenjem cijena nekretnina na tržištu anulira poticaj države. Država troši novac na subvencije iz državnog proračuna, a kako potražnja za stanovima raste, tako i tržišne cijene rastu neodrživo. „Smanjenje poreza na promet nekretnina na 3 % ne može imati velik utjecaj na potražnju za nekretninama jer je ukinuto oslobođenje plaćanja tog poreza za prvu nekretninu. Praktički su se te dvije mjere anulirale“ (Mustać 2019, 86).

Od 2000. godine bilježi se rast cijena nekretnina. Očekuje se da će cijene rasti sve dok je povećane turističke aktivnosti, a samim time i povećane potražnje nekretnina za iznajmljivanje. Kako stranci koji su građani Europske unije nastavljaju kupovati nekretnine, cijene će i dalje rasti. Pod utjecajem tržišta ponude i potražnje, zbog nedostatka radnika u građevinskom sektoru raste i cijena rada pa tako i u novogradnji raste konačna cijena nekretnine koju plaća kupac. Ako nekoliko (barem dvije) uzastopne turističke sezone u Republici Hrvatskoj dovedu do pada broja noćenja turista, a samim time i cijene noćenja, sasvim sigurno će doći do gospodarske krize. Zgrade kupljene samo u svrhu iznajmljivanja više neće biti isplative i njihovi vlasnici će ih staviti na prodaju. Nadalje, cijene nekretnina snažno padaju zbog velike ponude sličnih nekretnina za koje kupci više nisu zainteresirani. Kupnja velikih količina nekretnina putem stambenih kredita može poremetiti i bankarski sektor, a zbog smanjenja potražnje za

nekretninama bit će pogođen i građevinski sektor. Problem s jednog tržišta može se vrlo brzo očitovati na mnogim ili čak na svim tržištima gospodarstva. Ako se gore navedeni događaji dogode, cijene nekretnina će ostati stabilne u roku od nekoliko godina, kao što je slučaj s globalnim tržištem nekretnina. Stabilne cijene će se održavati sve dok određeni okolišni čimbenici ponovno ne započnu utjecati na cijene.

3. Povezanost turizma i tržišta nekretnina

Cjenovna pristupačnost stambenih nekretnina goruće je globalno pitanje, a intenzitet turizma znatno utječe na sposobnost lokalnog stanovništva da kupi nekretninu. Negativni učinci koje turizam donosi, kao što su fluktuacije stopa zaposlenosti, poteškoće u održavanju ekonomskog statusa, rizici od nedovoljne iskorištenosti kapitala, nestabilnosti prihoda i prenapučenosti stanovništva predstavljaju izazove za lokalno stanovništvo da si priušti nekretninu.

Istraživanje iz 2021. godine „The effect of tourism activity on housing affordability” navodi kako je učinak turističke sezone oko 10 puta višestruko jači u usporedbi s turističkom koncentracijom, u smanjenju pristupačnosti, guranju stanovnika s tržišta stambenih nekretnina ili prisiljavanja na odabir povoljnijih lokacija koje se nalaze dalje od centra destinacije. Općenito, rezultati navedenog istraživanja pokazuju dva paradoksalna ishoda iz perspektive razvoja turizma. Prvo, turistička odredišta i njihovi gentrificirani centri posebno gube svoju autentičnost i privlačnost što je doprinijelo njihovom imidžu koji je privukao posjetitelje na prvom mjestu. Drugo, kada se stanovnici moraju seliti zbog rastuće turističke aktivnosti i problema s pristupačnošću stanovanja, razvoj turizma postaje kontraproduktivan.

Dva potencijalna čimbenika mogu objasniti snažan učinak turističke sezone na cjenovnu pristupačnost stanovanja u Republici Hrvatskoj. Prvo, gradovi i općine sa snažnijom turističkom sezonom uglavnom imaju vrlo mali broj vrhunskih hotela ili kolektivnih smještajnih objekata, u usporedbi s privatnim iznajmljivanjem, koji ne mogu poduprijeti turističku sezonu nakon dva najtoplija ljetna mjeseca. U prosjeku, privatni najam čini dvije trećine ukupnog turističkog smještaja u Republici Hrvatskoj, ali na lokacijama s jačom turističkom sezonom taj je udio vjerojatno još veći. U takvim uvjetima sve veća potražnja predvođena turizmom dovest će do većih povećanja cijena stambenih nekretnina nego na odredištima s kraćim turističkim sezonama, što će zatim povećati probleme cjenovne pristupačnosti stambenih nekretnina u tim područjima. Drugo, kraće turističke sezone mogu oslabiti sposobnost lokalnog stanovništva i poduzeća da ostvare prihode povezane s turizmom, dodatno povećavajući jaz između cijena stanovanja i prihoda te smanjenje njihovih kapaciteta za pružanje stanovanja. Lokalno, to može dodatno pogoršati nejednakosti između onih koji posjeduju nekretnine i onih koji ih ne posjeduju, što potencijalno dovodi do osjetljivog raspada, a ne do turističkog rasta. Primjerice, stanovnici srednje klase u Splitu i Dubrovniku više si ne mogu priuštiti prosječnu nekretninu zbog nedovoljnih prihoda, pri čemu su kuće i stanovi manje

pristupačni nego u Hong Kongu.

Taj raspad predvođen turizmom pojavio se i na drugim mediteranskim odredištima, kao što je Grčka (Mikulić et al. 2021). Potrebna je kombinacija politika koja se odnosi na lokaciju kako bi se istodobno povećala otpornost cjelokupnog turističkog sustava destinacije. Pravilnim upravljanjem destinacijom treba optimizirati strukturu turističkih smještajnih kapaciteta i produžiti turističke sezone kako bi se povećala otpornost i ublažili negativni učinci turizma na stambenu pristupačnost. Politike prostornog planiranja i stanovanja trebale bi se usredotočiti na povećanje stambenih fondova i na cjenovno pristupačne stambene jedinice. Ostale održive mjere također bi mogle biti ograničavanje širenja kratkoročnih najмова s poreznim odvraćajućim mjerama. Diljem svijeta, a posebno u mediteranskim destinacijama prenapučenima turizmom postoji potreba za novim i održivim turizmom u postpandemijskom razdoblju.

3.1. Turistička gentrifikacija

Gentrifikacija se obično definira kao proces u kojem se stanovnici srednje klase naseljavaju u područja radničke klase, što rezultira raseljavanjem i isključivanjem domaćeg stanovništva. Rastom međunarodne turističke aktivnosti i istovremeno negativnih učinaka na turistička središta, turističke organizacije, lokalne uprave, ali i akademska zajednica obratila je pažnju na gentrifikaciju turizma. Glavni pokazatelj gentrifikacije u nekoj destinaciji otežano je življenje lokalnog stanovništva u njihovom mjestu. Danas se u sve više svjetskih turističkih destinacija pojavljuju društveni pokreti protiv turizma upravo zbog prevelikog pritiska turizma na lokalno stanovništvo i infrastrukturu turističkih destinacija. Dok turizam može biti moćan alat za gospodarski razvoj, može također uzrokovati značajne probleme. Turistička gentrifikacija ima ozbiljne društvene i ekonomske posljedice. Lokalne se zajednice suočavaju s visokim troškovima života, problemima s pristupom osnovnim uslugama i pritiskom na iseljavanje. To je otkriveno i kroz studije na terenu.

U anketnoj studiji koju je proveo Gant (2015.) u četvrti Gotic u Barceloni, zaključeno je da je 65 % sudionika imalo više od jednog prijatelja koji se preselio iz četvrti, a ovim rezultatom istraživač je izrazio gentrifikaciju turizma kao mehanizma za isključivanje (Genc, Turkey, Ulema 2022, 136). Lokalno stanovništvo sve više izražava nezadovoljstvo putem prosvjeda i

društvenih pokreta. Ovi pokreti, pojačani snagom društvenih medija, šire svijest o negativnim aspektima turizma. Na primjer, prosvjedi u Veneciji pod nazivom Venexodus ukazuju na pritisak raseljavanja zbog turizma. Situacija je privukla pažnju akademske zajednice i medija, što je rezultiralo brojnim istraživanjima i izvještajima koji pokušavaju razumjeti i objasniti ovaj fenomen. Stručnjaci naglašavaju da preturizam nije samo pitanje broja turista, već je i pitanje šireg konteksta poput urbanih politika i ekonomskih strategija. Prekomjerni turizam ne utječe samo na lokalno stanovništvo, već i na same destinacije. Kulturne vrijednosti, koje su često glavne atrakcije, gube na značaju i transformiraju se pod pritiskom turizma. UNESCO je čak upozorio Veneciju na mogućnost uvrštenja na Popis svjetske baštine u opasnosti. Turizam, iako ekonomski koristan, nosi sa sobom složene izazove. Fenomen preturizma, gentrifikacija i reakcije lokalnog stanovništva ukazuju na potrebu za održivim pristupom razvoju turizma koji će balansirati interese turista i lokalne zajednice. Ova je ravnoteža ključna za dugoročno očuvanje destinacija, kao i za očuvanje njihovih kulturnih i društvenih vrijednosti.

Na kraju se može reći da će gubitak duha destinacije i formiranje turističke monokulture negativno utjecati na turističke doživljaje. Autori Genc, Turkey, Ulema, na temelju iznesenih saznanja u svom istraživanju „Tourism Gentrification: Barcelona And Venice“, dali su prijedloge za donositelje odluka kako bi se spriječili negativni učinci vezani za turizam. Navode kako treba izraditi strateški plan u koji će biti uključeni svi dionici, a posebno lokalno stanovništvo. U određenim razdobljima treba provoditi istraživanja javnog mnijenja o turističkoj djelatnosti. Treba kreirati poticajne politike za kontinuitet i nova ulaganja poduzeća u neturističke sektore. Treba regulirati uvjete otvaranja radnih mjesta orijentiranih na turizam. Kako bi se spriječilo da se takva poduzeća koncentriraju na određena područja, potrebno je ponuditi poticaje za ulaganja za otvaranje u različitim područjima. Gustoću turista u središnjim područjima trebalo bi spriječiti naglašavanjem alternativnih atrakcija i ruta. Treba poticati realizaciju novih hotelskih investicija izvan središnjih područja. Postojanje tradicionalnih uslužnih djelatnosti treba zaštititi kao atrakciju i za lokalno stanovništvo i za turiste. Trebala bi postojati ograničenja za platforme koje nude turističke smještaje. U tu svrhu mogu se primijeniti visoki porezni zahtjevi. Osim toga, treba postojati dijalog s vlastima tih platformi. Nelegalne turističke apartmane treba oštro sankcionirati. Aktivnosti agenata za nekretnine treba pratiti. Treba pratiti rast cijena kupnje i najma nekretnina. Službeni koraci mogu se poduzeti utvrđivanjem kriterija za određivanje ovih troškova. Treba uložiti napore u rješavanje urbanih problema poput prometne infrastrukture koji se umnožavaju turizmom.

3.2. Gentrifikacija na primjeru Palma de Mallorce i Napulja

U ovom potpoglavlju kroz primjer Palma de Mallorce i Napulja prikazat će se kako izgleda kada turistička središta prolaze kroz ovaj proces. Napulj je smješten na jugozapadu Italije, u regiji Kampanija, uz obalu Tirenskog mora. Grad se nalazi u blizini vulkana Vezuv i nedaleko od arheoloških lokaliteta Pompeja i Herculaneuma. Treći je najveći grad u Italiji s populacijom od oko 909,048 stanovnika u samom gradu, dok metropolitanska zona broji približno 2.18 milijuna ljudi. Godišnje privlači milijune turista, koji su privučeni bogatom poviješću, kulturom, kuhinjom i blizinom turističkih atrakcija poput Pompeja i Amalfijske obale. U 2023. godini, broj turista premašio je 3 milijuna. Poznat kao rodno mjesto pizze, Napulj privlači i zbog svoje povijesne jezgre koja je pod zaštitom UNESCO-a i raznih ostalih kulturno-povijesnih atrakcija.

Glavni grad otoka Mallorca, Palma de Mallorca (u nastavku teksta Palma), smješten je na Balearskim otocima u Sredozemnom moru. Grad je popularno odredište zbog svoje obale, plaža i mediteranske klime. Palma ima populaciju od oko 410,000 stanovnika, što ga čini najvećim gradom na Balearima. Ovaj grad također godišnje privuče milijune turista, jedan je od popularnijih turističkih odredišta u Španjolskoj. Turizam je ključni dio ekonomije grada, privlačeći posjetitelje zbog plaža, noćnog života, povijesnih znamenitosti i prirodnih ljepota. Palma je poznata po svojoj katedrali La Seu, dvorcu Bellver, starom gradu s uskim uličicama, brojnim plažama i lukama. Također je poznata po živahnoj kulturnoj sceni i mnogim festivalima tijekom godine.

Dok je Napulj veći grad s bogatom povijesnom i kulturnom baštinom i značajnim arheološkim lokalitetima u blizini, Palma de Mallorca je manji, ali izuzetno popularan među turistima zbog svoje mediteranske klime, plaža i opuštenog načina života. Oba grada nude jedinstvena iskustva, ovisno o interesima posjetitelja, bilo da se radi o povijesnom istraživanju, gastronomiji ili uživanju u prirodnim ljepotama i plažama. Isto tako oba grada osjećaju posljedice turističke gentrifikacije, o čemu je raspravljano, a u nastavku se iznose problemi koji su proizašli.

Povijesno središte Palme prolazi kroz značajne društveno-urbane promjene zbog špekulacija u turizmu i nekretninama – pitanje koje se često ističe u raspravama o turističkoj

gentrifikaciji. Revalorizacija povijesnog centra kao mjesta ulaganja podudarala se s ozbiljnom gospodarskom krizom i porastom urbane nejednakosti u cijelom gradu. Gentrifikacija turizma širi se diljem naselja u starom gradu, posebno u područjima s visokim vrijednostima baštine. Dolazak društvenog otpora tom fenomenu može se povezati s društvenim utjecajima koji proizlaze iz turističkih špekulacija: financijskih (špekulacije o nekretninama i povećanje cijena nekretnina), društvenih (deložacije) te funkcionalnih i scenskih (simbolička i komercijalna transformacija). Naj snažniji politički odgovor došao je u nedavnom Zakonu o turizmu (kolovoz 2017.), kojim se uvode određene regulatorne mjere: s jedne strane, usredotočenost na nezakonitu prirodu iznajmljivanja smještaja za odmor, i s druge strane, turističku zonu koja je u Palmi dovela do potpune zabrane najma nekretnina za odmor u stambenim zgradama. Palma je prvi grad u Španjolskoj koji se odlučio za ovo rješenje (González-Pérez 2019, 1).

Urbana debata u starom gradu Palme početkom osamdesetih godina bila je fokusirana na urbanu degradaciju povezanu s prisutnošću marginaliziranog stanovništva, droge i prostitucije s visokom razinom neformalnih aktivnosti itd. Kao odgovor na to, vladini odjeli za planiranje preuzeli su izazov regeneriranja područja sveobuhvatnim prijedlozima planova (PERI). U zadnja tri desetljeća, Palma se konfigurirala kao poduzetnički grad, a od 2000-ih, urbana agenda usredotočena je na turizam: najam ljetovališta, urbani hoteli, brodovi za krstarenje, nova komercijalna uporaba i ostalo (González-Pérez 2019, 16). U tom smislu, stari grad odmaknuo se od svoje tradicionalne uloge. Razdoblje Velike recesije i širenje neoliberalne politike od 2007. obilježeno je najvišim stupnjem gentrifikacije turizma s najvećim povećanjem urbane nejednakosti u Palmi. Kriza nije zaustavila gentrifikaciju. To potvrđuju dva izravno povezana pokazatelja: ponuda turističkog smještaja i broj iseljavanja, posebno stanara.

Bogati ulagači i vlasnici nekretnina, posebno stranci, i novi luksuzni hotelski sektor vjerojatno su dva najvažnija uzročnika gentrifikacije u povijesnoj jezgri Palme. Porast broja hotela i nekretnina za odmor nedavni je fenomen (2000-ih i 2010-ih): dvadeset od trideset šest hotela u povijesnom centru otvoreno je nakon 2000., od čega petnaest između 2010. i 2018. godine. Ovi hoteli obično koriste stare baštinske zgrade, spadaju u luksuzni segment i nude mali broj kreveta. Zauzvrat, mnoge povijesne i kulturne nekretnine, nedavno obnovljena područja i visok udio praznog smještaja osiguravaju uspjeh kuća za odmor, pri čemu je Airbnb prvi primjer ovog novog fenomena u Palmi. Zemljopisna rasprostranjenost Airbnb-a je konzistentnija od hotela i nalazi se u svim kvartovima, iako s većom koncentracijom u centralno-istočnoj četvrti. Hotelska ponuda raste u centru, blizu regeneriranih (PERI),

nadograđenih i slobodnih okruga. U oba slučaja susjedstva s visokim vrijednostima baštine i s PERI planovima privlače takvu vrstu ulaganja. Iako bi se ove dvije vrste turističke ponude naizgled natjecale za lokacije, u stvarnosti rade zajedno kako bi stvorile turistički prostor.

Svi urbanistički planovi regeneracije (PERI) usvojeni su prije nego što je ovaj proces gentrifikacije započeo (1980-e i 1990-e). Štoviše, s obzirom na važan turistički smještaj koji se nalazi u njihovim područjima intervencije, ti planovi nisu zaustavili gentrifikaciju. Vjerojatno su je poticali. Ponekad je razlog tomu nedostatak opreza u planovima uz nedovoljnu procjenu socijalnog i urbanog učinka, dok se u drugim slučajevima ulaganja u nekretnine i razvoj turizma i dalje smatraju osnovnim oruđem za regeneraciju grada. Gledano iz ove perspektive, uspjeh baštine predstavlja društveni neuspjeh. Na primjer, odobrenje planova za kvartove La Calatrava ili sindicat-La Gerreria (PERI) nije odmah dovelo do ulaganja u hotele. To se događa samo ako je susjedstvo dovoljno devalvirano da bi ulaganja bila profitabilna i ako javne politike idu u prilog regeneraciji na tom području – to je trenutak kada ulaganja u hotele i nekretnine postaju financijski održiva. Ipak, postoje neke razlike u procesu turizma u ova dva kvarta. La Calatrava se ističe privlačenjem luksuznih hotelskih ponuda, što ima smisla u susjedstvu u kojem žive osobe s visokim primanjima, dok je iznajmljivanje kuća za odmor niže. Prije desetak godina, La Gerreria-sindicat je značajno opadala, a i danas urbana obnova još uvijek traje. Usprkos tome, to je susjedstvo s najvećom prodajom kuća i Airbnb ponudom u starom gradu.

Ova intenzivna turistička gentrifikacija, potpomognuta gospodarskom krizom i većom nejednakošću, sada stvara znakove protivljenja lokalnog stanovništva: u početku na ulicama, a kasnije u obliku novih propisa koji uređuju hotele, a posebice iznajmljivanja za odmor. Uredbama za 2017. i 2018. godinu uveden je određeni redoslijed kako bi se zaustavilo brzo širenje turističkog smještaja. Unatoč tome što je jako malo informacija za detaljnu procjenu rezultata, mnoga su pitanja trenutno otvorena u području primjene tih uredbi. Glavna pitanja povezana su s utjecajem koji mogu imati na tržište stambenih nekretnina, u osnovi na buduće razine tradicionalnih stambenih najamnina. U svakom slučaju, ove urbane i turističke politike nastoje neutralizirati neke negativne učinke preuzimajući kontrolu nad strukturnim problemima i urbanom nejednakošću. One nemaju kapaciteta za definiranje modela grada osim turističkog, a to se odražava u objektima koji se provode za izdavanje luksuznih hotelskih dozvola.

U slučaju Napulja, njegova najstarija jezgra grada još je uvijek gusto naseljena s vrlo visokim indeksom prenapučenosti stambenog prostora. U susjedstvima starog gradskog središta, u rezidencijalnim objektima u vrlo lošem stanju očuvanja, do 2000-ih bilo je moguće

pronaći stambena rješenja koja su bila pristupačnija od prosjeka u povijesnim gradskim središtima Italije, koja su iskusila faze ponovnog otkrivanja i gentrifikacije od posljednjih desetljeća dvadesetog stoljeća. Zapravo, srce UNESCO-ovog područja Napulja ne podudara se s tzv. prestižem tržišta nekretnina, ali danas apsorbira većinu turističkog najma i doživljava novi val valorizacije nekretnina (Esposito 2023).

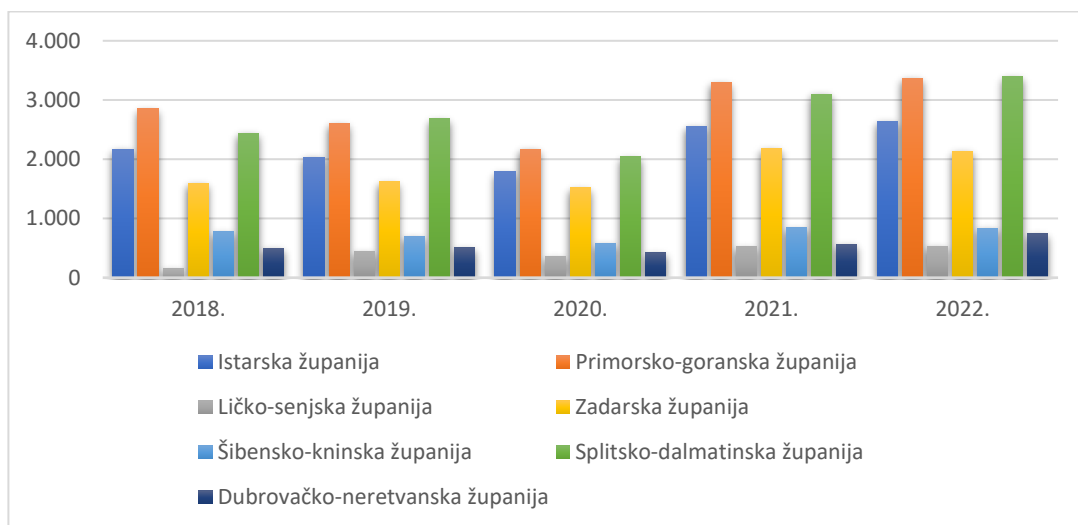
Dok su bogatije klase zadržane na brežuljcima zapadno od stare jezgre, stanovništvo s niskim prihodima koje živi u potonjoj, pati od turizma stambenog i komercijalnog fonda. Smanjenje najamnina za stanare i porast iseljavanja narušavaju socijalnu strukturu u naseljima s najvišom koncentracijom Airbnb smještaja. Kriterij "autentičnosti", koji je UNESCO upotrijebio u svojim dosjeima, naglašava sljedeće: "urbani raspored ima visoku razinu autentičnosti i sačuvao je značajne dokaze o grčko-rimskom gradu i izgledu šahovske ploče španjolskih četvrti iz 16. stoljeća" ,a koristi se u marketinškim kampanjama za promicanje turističkih iskustava u naseljenim četvrtima. Nepostojanje gentrificiranog povijesnog središta postalo je stoga oblik brendiranja koji razlikuje grad Napulj od drugih povijesnih gradova u Italiji, čineći ga, prema promotivnim reklamnim oglasima, "jedinostvenim mjestom za vidjeti". Time se potiče daljnja "rentizacija stambenog tržišta" i protjerivanje stanovnika iz centra.

Pogoršanje nejednakosti, koje su već obilježene u napuljskom društvu, postale su čak i očitije i zahtijevaju hitnu intervenciju javne politike. Slučaj Napulja pokazuje da čak i u nedostatku visoko financiranog tržišta, nekontrolirani rast platformi za kratkoročne najmove može brzo dovesti do "premještanja na temelju lokacije" koje drastično mijenja okoliš. Razlog tome činjenica je da kratkoročni najam zarađuje više od prosječnih poslova u Napulju pa mnogi ulažu u taj sektor. Jedan od načina za izlazak iz progresivnog turizma stanova koji protjeruje stanovnike, usvajanje je, na nacionalnoj razini, dva zakona koje je izradilo civilno društvo: jedan za ograničavanje kratkoročnog najma u gradovima s ozbiljnim stambenim problemima (nacrt kampanje ATA), a drugi za realizaciju javnog stanovanja u povijesnim gradskim središtima (Zakon udruge Bianchi-Bandinelli). Međutim, kako bi se djelovalo u tom smjeru, nužno je rješavanje problema u pogledu politike korištenja zemljišta i upravljanja zemljištem, izvan turističke promocije i marketinga. Urbane politike posebno su hitne kao odgovor na povećanje broja deložacija i mogle bi učinkovito ograničiti "turistifikaciju stambenog prostora".

4. Utjecaj turizma na tržište nekretnina na Jadranu – analiza istraživanja

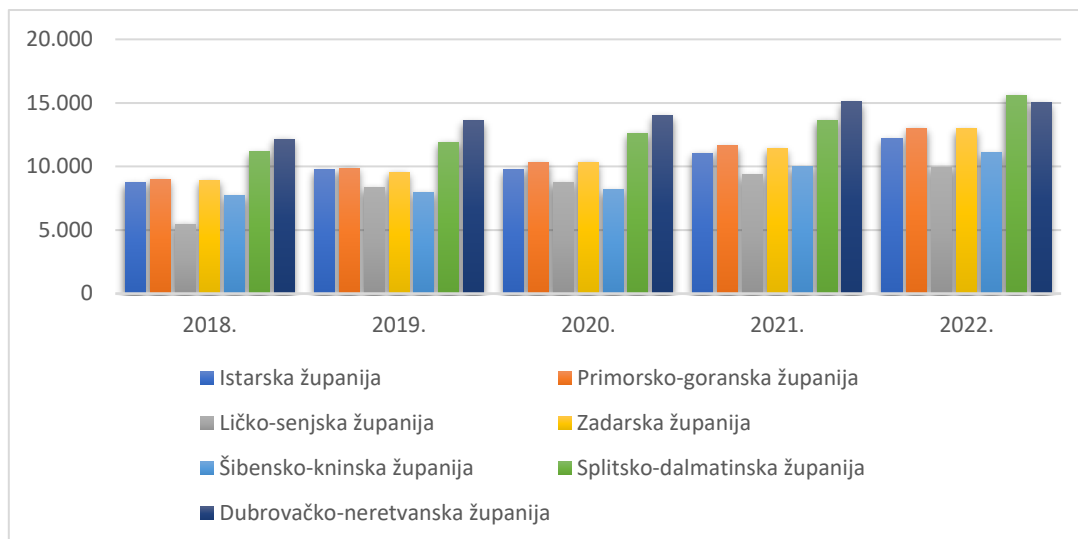
U ovom poglavlju analiziran je utjecaj turizma na tržište nekretnina na način da su prikazana kretanja kupoprodajnih transakcija i medijalnih cijena svih vrsta nekretnina kroz proteklih pet godina u županijama Jadranske Hrvatske i prikazan je odnos cijena nekretnina i pokazatelja turističke aktivnosti. Također, prikazani su rezultati izračuna indeksa priuštivosti stambenih nekretnina po jedinicama lokalne samouprave prema podacima iz Pregleda tržišta nekretnina 2022.

U ovom pregledu može se izuzeti 2020. godina koja je bila pogođena COVID-19 pandemijom pa ti podaci nisu relevantni, ali su svejedno uvršteni. Grafikon 6. prikazuje kako je od 2018. godine do 2022. godine zabilježen rast kupoprodajnih transakcija stanova/apartmana u svim navedenim županijama. Rast je bio nešto manji u 2021. i 2022. godini s brojem transakcija koji je ostao sličan između te dvije godine. Također, iz grafikona 7. iščitava se da su medijalne cijene stanova/apartmana rasle u svih sedam županija tijekom petogodišnjeg razdoblja.



Grafikon 6. Broj kupoprodajnih transakcija stanova/apartmana po županijama u periodu 2018. – 2022. godine

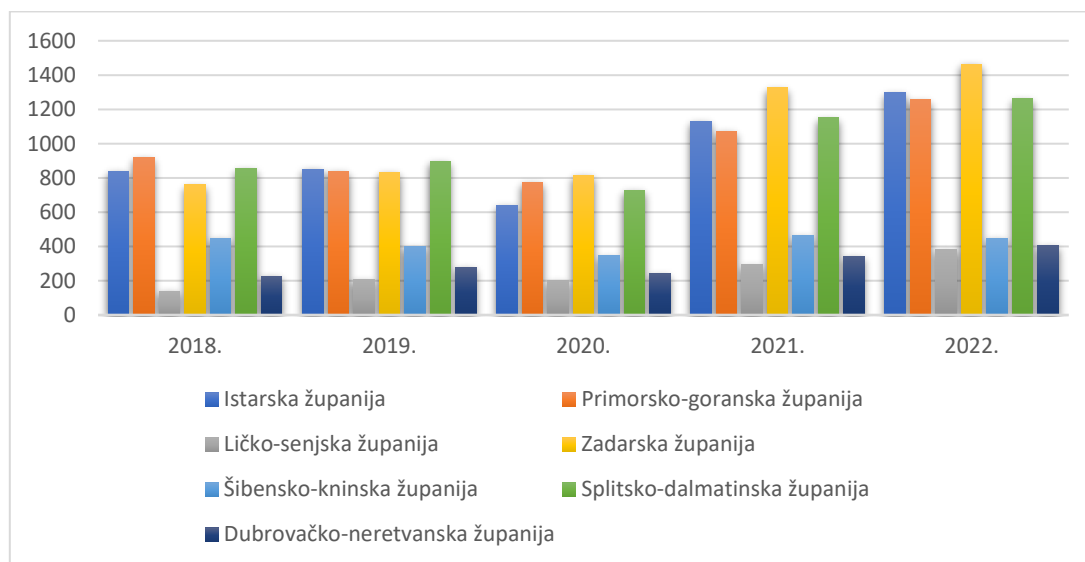
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.



Grafikon 7. Medijalna cijena stana/apartmana po m2 u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.

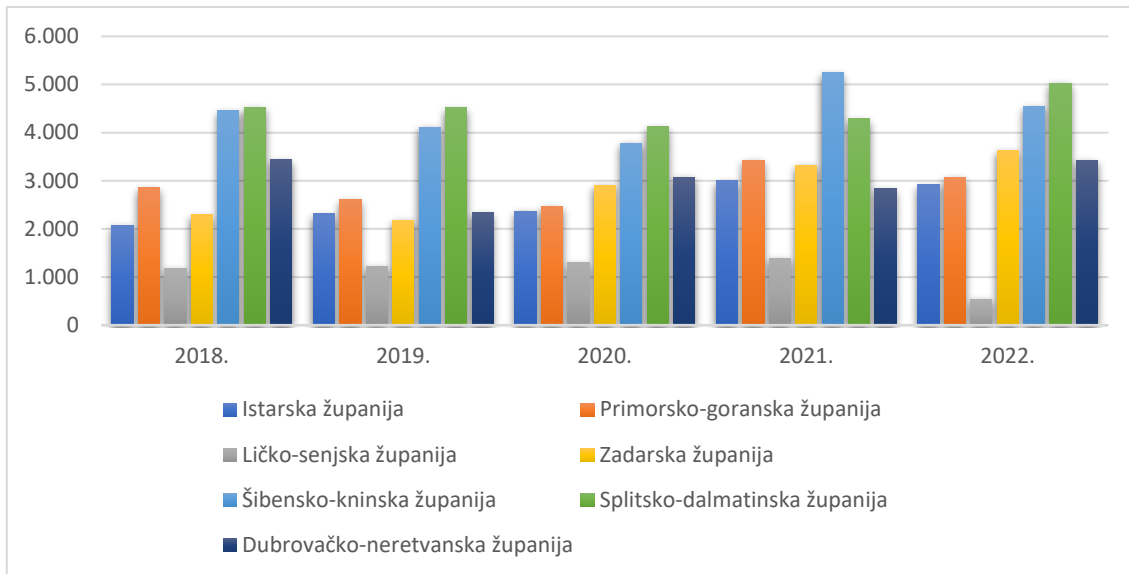
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.

Sljedeći grafikon 8. odnosi se na obiteljske kuće. Vidljiv je rast broja kupoprodajnih transakcija u svim županijama (s iznimkom 2019. i 2020. godine).



Grafikon 8. Broj kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća po županijama u periodu 2018. – 2022. godine

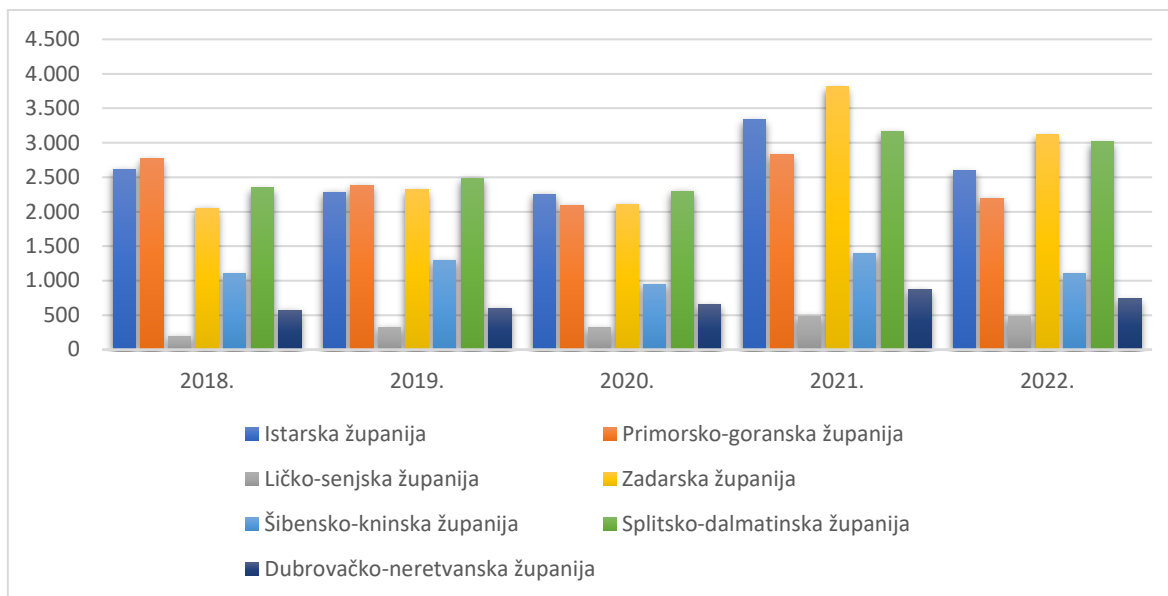
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.



Grafikon 9. Medijalna cijena obiteljskih kuća po m² u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.

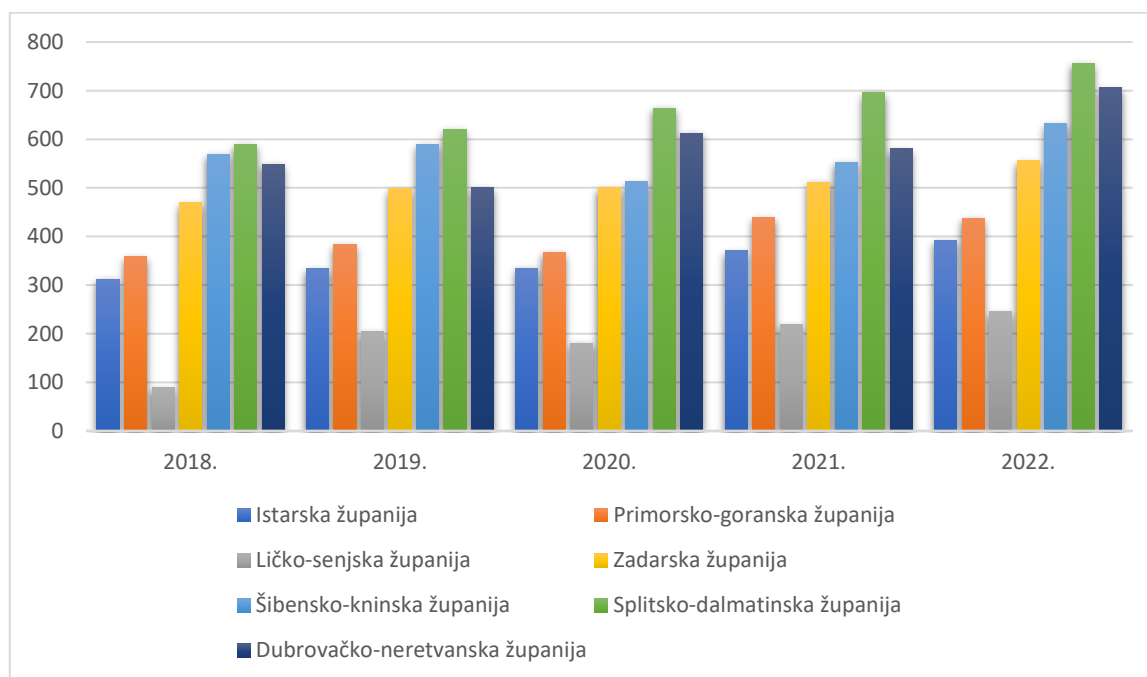
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.

Što se tiče medijalne cijene obiteljskih kuća (grafikon 9.), Zadarska i Splitsko-dalmatinska županija bilježe rast kroz navedenih pet godina. Istarska županija bilježi rast do 2021. godine s 2.078 HRK po m² na 3.003 HRK po m², a 2022. godine bilježi neznatčan pad na 2.916 HRK. Primorsko-goranska županija također bilježi rast 2021. godine (3.420 HRK) u odnosu na 2018. godinu (2.851 HRK), zatim lagani pad 2022. godine (3.067 HRK). Ličko-senjska županija bilježi nešto značajniji pad medijalne cijene 2022. godine kada je ona iznosila 542 HRK po m², dok je u 2021. godini iznosila 1.393 HRK. Šibensko-kninska županija također u 2022. godini bilježi pad s obzirom na 2021. godinu, do koje je bilježila rast. Dubrovačko-neretvanska županija varirala je svojom medijalnom cijenom. Tako je 2022. godine dostigla cijenu od 3.420 HRK po m², a istu tu medijalnu cijenu je imala i 2018. godine.



Grafikon 10. Broj kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta po županijama u periodu 2018. – 2022. godine

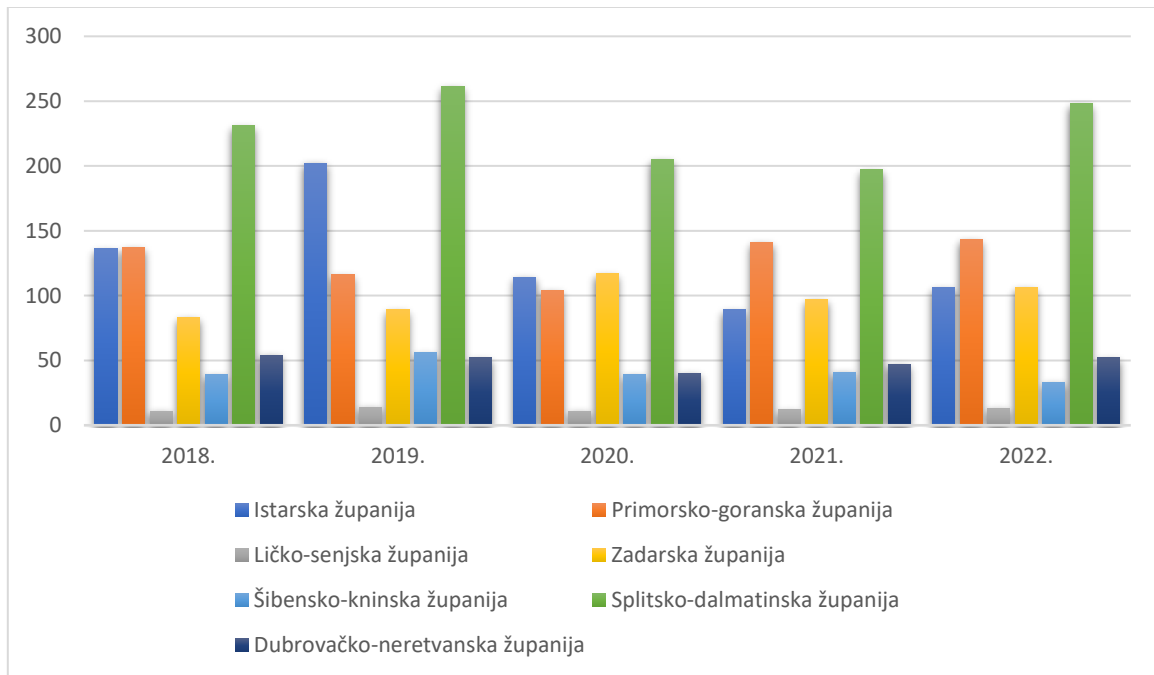
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.



Grafikon 11. Medijalna cijena građevinskog zemljišta po m² u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.

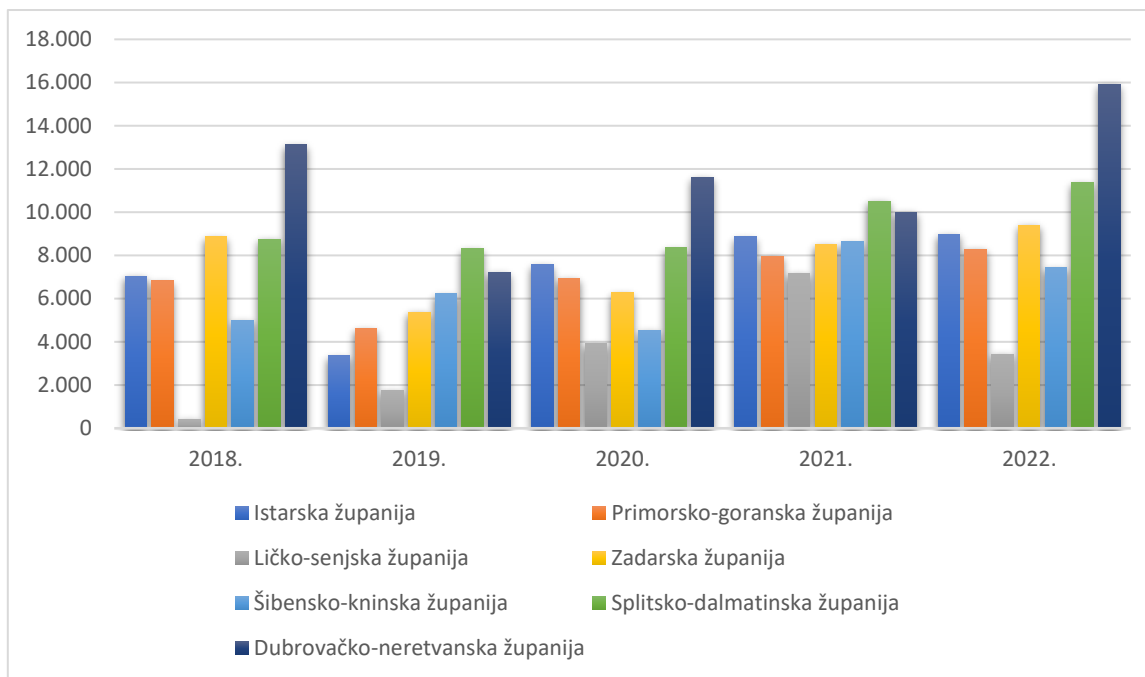
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.

Grafikon 10. prikazuje kupoprodajne transakcije kroz pet godina za građevinska zemljišta. Ovdje je također vidljivo kako su transakcije ostale na istoj razini ili su neznčajno rasle za sve županije do 2021. godine, a onda sve županije bilježe nešto manje transakcija u 2022. godini u odnosu na prethodnu. Medijalne cijene građevinskog zemljišta većinom bilježe mali rast od 2018. do 2022. kod svih sedam navedenih županija (grafikon 11.).



Grafikon 12. Broj kupoprodajnih transakcija poslovnih prostora po županijama u periodu 2018. – 2022. godine

Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.



Grafikon 13. Medijalna cijena poslovnog prostora po m² u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.

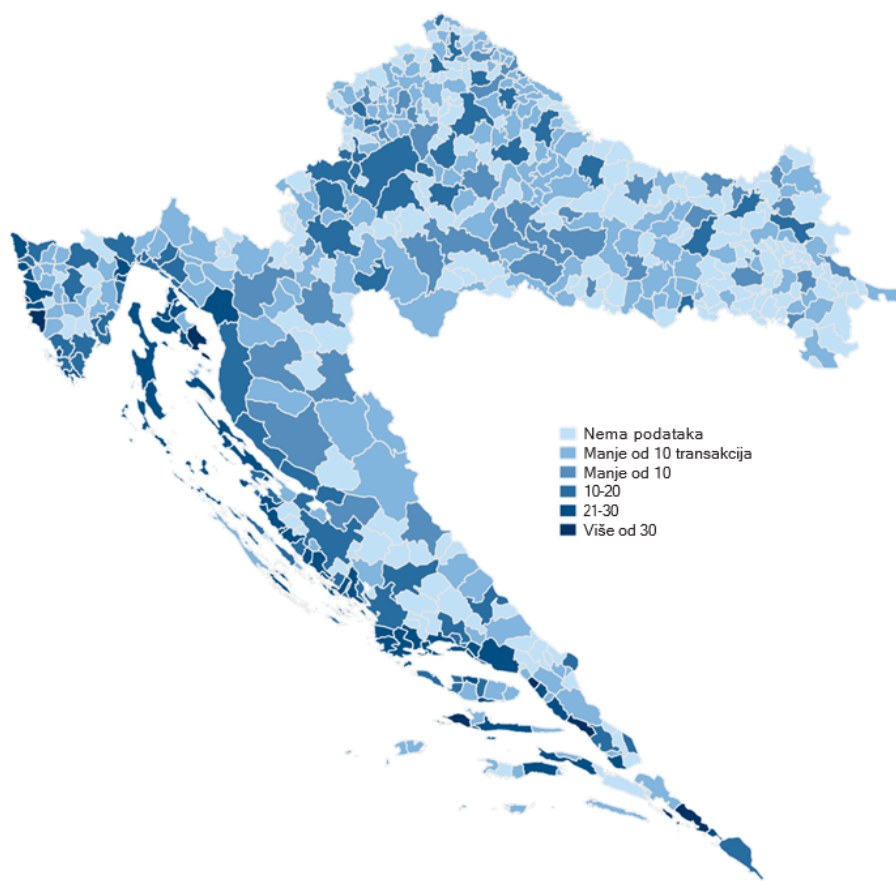
Izvor: Izrada autora prema: Ministarstvo prostornoga uređenja, graditeljstva i državne imovine Republike Hrvatske: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. – 2022.

Iz grafikona 12. vidljivo je kretanje kupoprodajnih transakcija poslovnih prostora. Sve županije bilježe neznačajan rast ili pad kroz godine. Grafikon 13. odnosi se na medijalne cijene poslovnih prostora kroz navedenih pet godina. Istarska, Primorsko-goranska i Splitsko-dalmatinska županija bilježe stalan rast cijene, dok se ističe Ličko-senjska županija koja bilježi velik pad medijalne cijene u 2022. godini u iznosu od 3.428 HRK po m² u odnosu na 2021. godinu kada je cijena iznosila 7.181 HRK i Dubrovačko-neretvanska županija koja bilježi rast medijalne cijene s 10.000 HRK po m² u 2021. godini na 15.920 HRK po m² u 2022. godini.

Promatrajući podatke iz prethodnih tablica može se zaključiti da većina županija bilježi rast broja transakcija i medijalnih cijena nekretnina, unatoč varijacijama uzrokovanih pandemijom COVID-19. Podatci iz 2020. godine, iako uključeni, smatraju se manje relevantnima zbog utjecaja pandemije. Na temelju prikazanih trendova, može se pretpostaviti da je povećana turistička aktivnost koja je bila prisutna kroz navedenih pet promatranih godina potaknula rast tržišta nekretnina. U nastavku se donose dodatne analize koje pokušavaju potvrditi i objasniti vezu između kontinuiranog rasta cijena i broja transakcija nekretnina i rastuće turističke aktivnosti u županijama Jadranske Hrvatske.

Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. godine objavio je izračun priuštivosti stana i apartmana po jedinicama lokalne samouprave (dalje u tekstu JLS) (slika 1.). Podatci o prosječnoj neto plaći zaposlenih u pravnim osobama u JLS-u za 2022. godinu, čiji je izvor Porezna uprava, nisu bili dostupni u trenutku izrade publikacije, stoga je indeks izračunat za 2021. godinu. Istovremeno, Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske za 2023. godinu nije objavljen u trenutku pisanja ovog rada stoga je najnoviji indeks priuštivosti onaj iz 2021. godine. Publikacija je izračunala indeks priuštivosti za ukupno 170 gradova i općina za koje se podatci o medijalnim cijenama smiju prikazati ili za koje podatci o medijalnim cijenama postoje. Prikazana je vrijednost indeksa priuštivosti nekretnina za one JLS-ove za koje su bile dostupne medijalne cijene stana/apartmana za 2021. godinu. Indeks nije mogao biti izračunat za one JLS-ove u kojima nije bilo kupoprodajnih transakcija u predmetnoj godini, kao i za one JLS-ove u kojima je bilo deset ili manje kupoprodajnih transakcija, zbog čega se za te JLS-ove ne može zbog zakonskih ograničenja prikazati medijalna cijena iako se ista može izračunati. Prosječna ostvarena neto plaća zaposlenih u pravnim osobama uzeta je kao mjera ostvarenog dohotka u JLS-u u 2021. godini. Indeks su izračunali dijeljenjem medijalne cijene stambene nekretnine i prosječne neto plaće, nakon čega je isti pomnožen sa 100. Niska vrijednost indeksa stoga sugerira veću priuštivost stana/apartmana, dok visoka vrijednost indeksa sugerira nisku priuštivost.

Sa slike 1. uočljivo je da su stambene nekretnine najmanje priuštive u priobalnim JLS-ovima. U tim naseljima indeks priuštivosti u pravilu je uvijek veći od 10, a jako često bilježi i vrijednosti preko 20, a u slučajevima Funtane, Baške, Hvara, Rovinja i Dubrovnika i preko 30. U 2021. najmanje priuštive stambene nekretnine nalazile su se u Gradcu u Splitsko-dalmatinskoj županiji u kojem je vrijednost indeksa priuštivosti iznosila čak 42,2. Vrijednost indeksa priuštivosti je najniža, a samim time je priuštivost najveća u nerazvijenim i ruralnim dijelovima zemlje.



Slika 1. Priuštivost stana/apartmana po JLS-ovima u 2021. godini

Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. , 177. <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>

Podaci u tablicama 7. i 8. koji prikazuju vrijednosti indeksa priuštivosti za 20 gradova i općina s najvišim i najnižim vrijednostima indeksa potvrđuju prethodni zaključak. Uz definiranje samog indeksa priuštivosti dan je i drugi pokazatelj: broj kvadratnih metara stambenog prostora koji si je prosječni stanovnik JLS-a mogao priuštiti za iznos prosječnog godišnjeg dohotka u 2021. godini. Svih dvadeset JLS-ova s najvišim vrijednostima indeksa priuštivosti, odnosno s najmanjom priuštivošću stanova/apartmana, nalaze se u priobalnom dijelu zemlje. U 2021. godini najmanje priuštive stambene nekretnine bile su u Gradcu, koji je bilježio indeks priuštivosti 42,2. Na drugom je mjestu Funtana s vrijednošću indeksa 37,6, zatim Baška s 34,2, Hvar s 33,9 i Baška Voda s indeksom 33,7. Slijede Rovinj, Dubrovnik, Novalja, Bol, Bibinje, Sukošan, Umag, Punat, Okrug, Tar-Vabriga, Krk, Malinska-Dubašnica, Split, Vrsar i Poreč. U 20 JLS-ova s najmanjom priuštivošću, stanovnici su mogli kupiti između 2,4 i 3,9 m² stambenog prostora za prosječni godišnji dohodak. Primjetno je da se priuštivost stanovanja u tim

gradovima i općinama dodatno smanjila u 2021. godini u odnosu na 2020. zbog intenzivnog rasta cijena stanova/apartmana. Za usporedbu, u 2020. godini u 20 gradova i općina s najmanje priuštivim stanovanjem, za prosječni godišnji neto dohodak moglo se kupiti između 2,8 i 4,0 m² stambenog prostora.

Tablica 7. 20 JLS-ova s najvišim vrijednostima indeksa priuštivosti stana/apartmana u 2021. godini

Naziv JLS	Indeks priuštivosti	Broj m ²
Gradac	42,2	2,4
Funtana	37,6	2,7
Baška	34,2	2,9
Hvar	33,9	3,0
Baška voda	33,7	3,0
Rovinj	32,7	3,1
Dubrovnik	31,6	3,2
Novalja	29,3	3,4
Bol	28,1	3,6
Bibinje	27,4	3,6
Sukošan	27,3	3,7
Umag	26,9	3,7
Punat	26,8	3,7
Okrug	26,6	3,8
Tar - Vabriga	26,4	3,8
Krk	26,2	3,8
Malinska-Dubašnica	26,2	3,8
Split	26,0	3,8
Vrsar	25,9	3,9
Poreč	25,8	3,9

Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. , 178. <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>

Tablica 8. 20 JLS-ova s najnižim vrijednostima indeksa priuštivosti stana/apartmana u 2021. godini

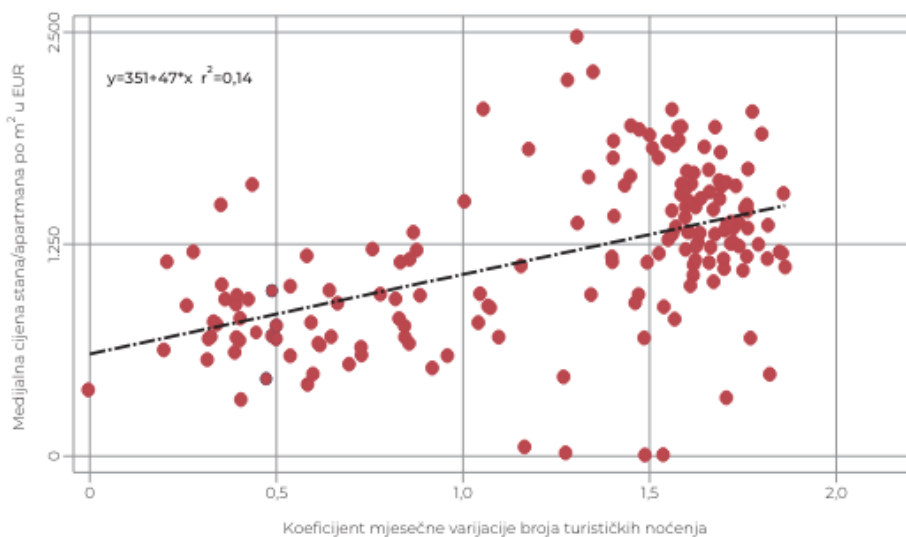
Naziv JLS	Indeks priuštivosti	Broj m ²
Vukovar	4,6	21,8
Obrovac	5,2	19,0
Konjščina	5,5	18,1
Đurđenovac	6,0	16,6
Pakrac	6,2	16,1
Darda	6,3	15,9
Slunj	6,6	15,2
Beli Manastir	6,8	14,8
Gospić	7,1	14,1
Lipik	7,4	13,5
Petrinja	7,5	13,3
Ogulin	7,8	12,9
Čazma	7,9	12,7
Sisak	7,9	12,7
Garešnica	8,0	12,5
Duga resa	8,3	12,0
Kutina	8,4	11,9
Donji Miholjac	8,4	11,9
Vinkovci	8,5	11,7
Krapina	8,6	11,7

Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. , 179. <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>

Ujedno, od 20 najmanje priuštivih JLS-ova u 2021. godini, njih 12 bilo je na listi 20 najnepriuštivijih i u 2020. godini. To su: Baška, Hvar, Baška Voda, Rovinj, Dubrovnik, Novalja, Sukošan, Umag, Okrug, Krk, Malinska i Split. Prvih 82 najnepriuštivijih JLS-ova (od ukupno 170 JLS-ova za koje je raspoloživa vrijednost indeksa priuštivosti) je priobalno odnosno nalazi se u priobalnim županijama. Prvo naselje na listi koje nije priobalno je Velika Gorica, na 83. mjestu, s vrijednošću indeksa 16,2 u kojem su stanovnici za prosječni godišnji dohodak mogli kupiti 6,2 m². Grad Zagreb nalazi se na 96. mjestu. Njegova vrijednost indeksa priuštivosti je 14,8, a njegovi stanovnici si za prosječan godišnji neto dohodak mogu kupiti 6,7 m² stambenog prostora.

S druge strane, među 20 najpriuštivijih JLS-ova nalaze se isključivo jedinice iz kontinentalnog dijela Hrvatske. Najpriuštiviji stanovi/apartmani su u Vukovaru, Obrovcu,

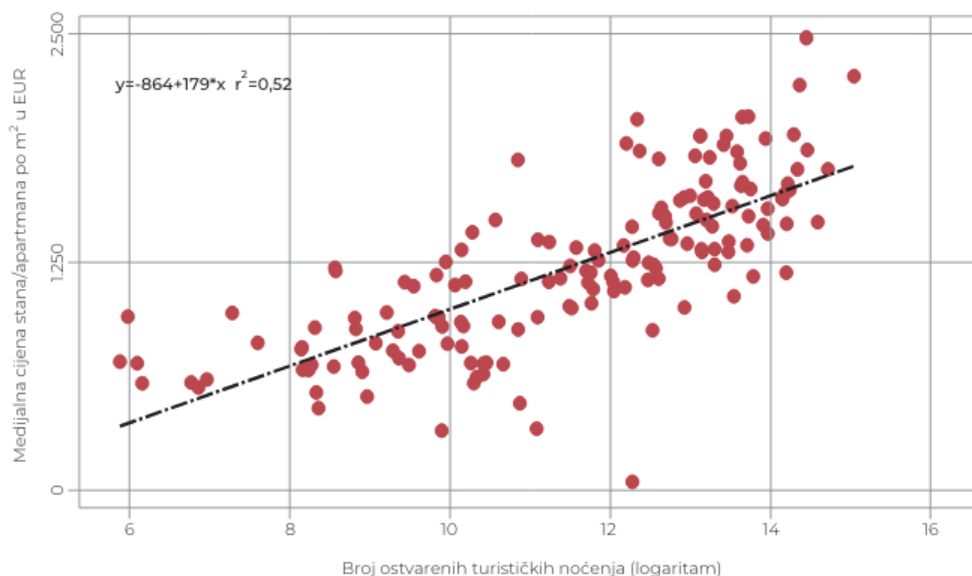
Konjšćini, Đurđenovcu, Pakracu, Dardi, Slunju, Belom Manastiru, Gospiću i Lipiku. U 20 JLS-ova koje bilježe najpriuštivije stambene nekretnine, zaposleni stanovnici za svoj godišnji dohodak mogu kupiti između 11,7 i 21,8 m² stambenog prostora. „Valja napomenuti da indeks priuštivosti pruža podatak o priuštivosti stambenog prostora za prosječnog zaposlenog u pojedinom JLS-u. To znači da je stan/apartman najpriuštiviji osobi zaposlenoj u Vukovaru (ako ga kupuje u Vukovaru), odnosno da je stan/apartman najmanje priuštiv zaposlenome u Dubrovniku (ako ga kupuje u Dubrovniku). Indeks priuštivosti ne uzima izravno u obzir stope nezaposlenosti ili druge ekonomske i socijalne karakteristike pojedinih JLS-ova, iako te karakteristike mogu utjecati i na vrijednost brojnika i na vrijednost nazivnika u indeksu“ (Pregledu tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022.). Indeks priuštivosti u svom izračunu također u obzir uzima samo dohodak ostvaren od nesamostalnog rada, no ne uzima u obzir i druge vrste dohotka kao što su dohodak od samostalnog rada, dohodak od financijske imovine te dohodak od nekretnina i nekretninskih prava, koji posebice u primorskim i otočnim jedinicama lokalne samouprave može predstavljati značajan dio ukupno ostvarenog dohotka lokalnog stanovništva.



Slika 2. Odnos sezonalnosti turizma i medijalne cijene apartmana/stana po JLS-ovima u 2021. godini

Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. , 181. <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>

Slika 2. prikazuje odnos sezonalnosti turizma i medijalne cijene stana/apartmana za JLS-ove za koje su dostupni podatci u 2021. godini. Sezonalnost turizma je definirana kao koeficijent mjesečne varijacije broja noćenja. Što određeni JLS ima veću vrijednost koeficijenta, to ta lokalna jedinica ima izraženiju turističku sezonu, to znači da je njihova sezona kraća i koncentriranija na srpanj i kolovoz u odnosu na JLS-ove u kojima je vrijednost koeficijenta varijacije mjesečnog broja noćenja manja. Dijagram rasipanja prikazan slikom 2. sugerira blagu pozitivnu vezu između medijalne cijene stana/apartmana i koeficijenta varijacije mjesečnih turističkih noćenja, što sugerira da je u lokalnim jedinicama u kojima je turistička sezona kraća, cijena nekretnina u prosjeku nešto viša. Ovo se može objasniti činjenicom što JLS-ovi s kraćom sezonom u pravilu imaju zastupljen privatni, obiteljski smještaj u odnosu na hotelski smještaj, a povećanje turističke potražnje za obiteljskim smještajem koji se dijelom realizira upravo u stanovima/apartmanima može dovesti do povećanja njihovih cijena uslijed pojačane potražnje za tom vrstom nekretnina.



Slika 3. Odnos broja ostvarenih turističkih noćenja i medijalne cijene apartmana/stana po JLS-ovima u 2021. godini

Izvor: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. , 181. <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf>

Slika 3. prikazuje odnos broja ostvarenih turističkih noćenja u 2021. i cijena stanova/apartmana u JLS-ovima za koje je dostupan podatak o medijalnoj cijeni nekretnina za tu istu

godinu. Oblik dijagrama rasipanja i nagib regresijskog pravca jasno naznačuju da postoji pozitivna korelacija između intenziteta turističke aktivnosti u zemlji i medijalne cijene stana/apartmana. Procjena regresijskog pravca sugerira da je 10-postotno povećanje turističkih noćenja u prosjeku povezano s rastom cijene stana/apartmana od 17,9 eura po m².

Prema provedenom istraživanju potvrđuje se da turizam negativno utječe na tržište nekretnina u gradovima Jadranske Hrvatske. Ono što se pojavljuje kao posljedica utjecaja turizma odnosno utjecaja povećane turističke aktivnosti u području Jadranske Hrvatske povećanje je cijena nekretnina. Visoka je potražnja za nekretninama zbog kratkoročnog najma, investitori nerijetko kupuju nekretnine isključivo za turistički najam, a postojeći vlasnici nekretnina okreću se kratkoročnom najmu pa samim time nekretnine postaju nepriuštive i nedostupne za lokalno stanovništvo. Dolazi do gentrifikacije gdje se mijenja cijela kultura i karakter lokalne zajednice, a lokalno se stanovništvo prisiljava na iseljavanje zbog visokih životnih troškova u područjima turističkih destinacija, a sama infrastruktura destinacija pati od prekomjerne turističke aktivnosti. Turizam također dovodi do nejednake raspodjele bogatstva, stvarajući čak značajne razlike među onima koji se bave turizmom i onima koji nemaju dodir s njime, a koristi od turizma ne dopiru do svih slojeva društva. Nadalje, samo tržište nekretnina postaje nestabilno zbog sezonalnosti i oscilacija turizma. Prekomjerna ovisnost o turizmu čini ekonomiju zemlje ranjivom, a globalne ekonomske i druge krize, kao nedavna pandemija COVID-19, lako naruše lokalno gospodarstvo.

5. Zaključak

Analiza tržišta nekretnina u Jadranskoj Hrvatskoj ukazuje na kompleksne dinamike koje oblikuju ovaj sektor. Visok interes za nekretninama kao oblikom ulaganja proizlazi iz niske razine financijske pismenosti i nepovjerenja u tržište kapitala. U kontekstu turizma, posebno u priobalnim područjima, dolazi do značajnog rasta cijena nekretnina, što dovodi do smanjenja priuštivosti stanovanja za lokalno stanovništvo. Turizam, iako značajan pokretač ekonomskog rasta, može imati negativne učinke na tržište nekretnina kroz pojave kao što su turistička gentrifikacija.

Primjeri Napulja i Palme pokazuju kako intenzivna turistička aktivnost može dovesti do društvenih i ekonomskih promjena koje značajno utječu na lokalno stanovništvo. Gentrifikacija i rast cijena nekretnina često prisiljavaju lokalne stanovnike na preseljenje, što mijenja socijalnu strukturu gradova i može dovesti do gubitka autentičnosti turističkih destinacija. Pojava cjenovnog balona predstavlja značajan rizik za financijsku stabilnost jer nagli rast cijena nekretnina može rezultirati gospodarskim krizama sličnima onoj iz 2007. godine.

Ovaj rad naglašava važnost pažljive kontrole tržišta i implementacije odgovarajućih politika koje će osigurati održivu budućnost tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj. Potrebno je balansirati između poticanja ekonomskog rasta kroz turizam i očuvanja priuštivosti stanovanja za lokalno stanovništvo. To uključuje izrade i implementacije turističkih i drugih strateških planova, uključivanje svih dionika, ograničenja za platforme koje nude turističke smještaje, porezne reforme, praćenje rasta cijena nekretnina, ulaganje napora u rješavanju urbanih problema koji se umnožavaju turizmom, regulaciju kratkoročnog najma, promicanje održivog turizma i jačanje financijske pismenosti kako bi se smanjili rizici povezani s nekretninskim tržištem. Iako razne mjere mogu izazvati otpor kod onog djela stanovništva koje ima koristi od turizma, hitno je potrebna pažljiva i promišljena regulacija turizma i tržišta nekretnina kako bi se moglo osigurati da koristi od turizma budu uravnotežene s potrebama lokalne zajednice i dugoročne stabilnosti tržišta nekretnina.

Reference

- Državni zavod za statistiku. Indeks cijena stambenih nekretnina Zagreb: Državni zavod za statistiku. Indeks cijena stambenih nekretnina <https://podaci.dzs.hr/hr/podaci/cijene/indeks-cijena-stambenih-nekretnina/> (pristupljeno 20. svibnja 2024.)
- Esposito, Alessandra. Tourism-driven displacement in Naples, Italy. *Land Use Policy* 134 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S026483772300385X> (pristupljeno 3. svibnja 2024.)
- Genc, Koray, Oguz Turkey, Sevki Ulema. 2022. Tourism gentrification: Barcelona and Venice. *Turismo y Sociedad* 125-140: https://www.researchgate.net/publication/361614089_TOURISM_GENTRIFICATION_BARCELONA_AND_VENICE (pristupljeno 20. svibnja 2024.)
- González-Pérez, Jesus M. 2019. The dispute over tourist cities. Tourism gentrification in the historic Centre of Palma (Majorca, Spain). *An International Journal of Tourism Space, Place and Environment* 22 (1): 171-191 <https://www.tandfonline.com/doi/10.1080/14616688.2019.1586986> (pristupljeno 3. svibnja 2024.)
- Matić, Klara. 2021. Prednosti i nedostaci ulaganja u nekretnine te osvrt na tržište nekretnina u Hrvatskoj *Hrvatski časopis za OSIGURANJE* (4): 23-34. <https://hrcak.srce.hr/clanak/378475%3F> (pristupljeno 20. svibnja 2024.)
- Genzić Jasna, i Nenad Vudrić. 2023. Međuodnos kretanja tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj u vrijeme pandemije Covid-19 i kupovne moći stranih državljana te domicilnoga stanovništva. *Zbornik Međimurskog veleučilišta u Čakovcu* (14) <https://hrcak.srce.hr/file/442599> (pristupljeno 15. svibnja 2024.)
- Mikulić, Josip, Maruška Vizek, Nebojša Stojčić, James E. Payne, Anita Čeh Časni, Tajana Barbić. 2021. The effect of tourism activity on housing affordability. *Annals of Tourism Research* 90: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738321001420> (pristupljeno 10. svibnja 2024.)
- Ministarstvo financija Republike Hrvatske. 2016. Oporezivanje prometa nekretnina XIV. dopunjeno i izmijenjeno izdanje. Zagreb: Ministarstvo financija porezna uprava, https://www.porezna-uprava.hr/HR_publicacije/Prirucnici_brosure/Nekretnine_159.pdf (pristupljeno 12. ožujka 2024.)
- Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. 2022. Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2022. Zagreb: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2022.pdf> (pristupljeno 24. travnja 2024.)
- Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. 2021. Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2021. Zagreb: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva

i državne imovine,

<https://repozitorij.eizg.hr/islandora/object/eizg%3A370/datastream/FILE0/view> (pristupljeno 24. travnja 2024.)

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. 2020. Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2020. Zagreb: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, <https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled-trzista-nekretnina-2020.pdf> (pristupljeno 24. travnja 2024.)

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. 2019. Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2019. Zagreb: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled_trzista_nekretnina_2019_I.pdf

Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine. 2018. Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske 2018. Zagreb: Ministarstvo prostornog uređenja, graditeljstva i državne imovine, https://mpgi.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/stambeno/Pregled_trzista_nekretnina-2018.pdf

Mustać, Josipa. 2019. Cjenovni balon na tržištu nekretnina u Republici Hrvatskoj *Oeconomica Jadertina* 9 (1) : 78-88. <https://hrcak.srce.hr/clanak/322295> (pristupljeno 15. svibnja 2024.)

Pravilnik o paušalnom oporezivanju djelatnosti iznajmljivanja i organiziranja smještaja u turizmu. 2019. Narodne novine, br. 115/16, 106/18 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/full/2019_01_1_13.html (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Strategija prostornog razvoja Republike Hrvatske. 2017. Narodne novine, br.106 https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2017_10_106_2423.html (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Škrabić Perić, Blanka, Ana Rimac Smiljanić i Iva Kezić. 2021. Utjecaj turizma na cijene stambenih nekretnina. *Zbornik radova sa znanstvenog skupa FINANCIJE U SVIJETU PUNOM IZAZOVA* 487 – 502: <https://repozitorij.svkst.unist.hr/islandora/object/efst%3A41/datastream/FILE0/view>

Zakon o porezu na promet nekretnina. 2019. Narodne novine br. 115/16, 106/18 <https://www.zakon.hr/z/69/Zakon-o-porezu-na-promet-nekretnina> (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Zakon o vlasništvu i drugim stvarnim pravima (pročišćeni tekst). 2015. Narodne novine, br. 81. https://narodne-novine.nn.hr/clanci/sluzbeni/2015_07_81_1548.html (pristupljeno 12. ožujka 2024.)

Popis tablica

Tablica 1. Broj transakcija po vrsti ugovora u 2021. i 2022. godini	4
Tablica 2. Broj prodanih stanova/apartmana i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske.....	8
Tablica 3. Broj prodanih obiteljskih kuća i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske.....	9
Tablica 4. Broj prodanih građevinskih zemljišta i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske.....	11
Tablica 5. Broj prodanih poljoprivrednih zemljišta i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini u gradovima Jadranske Hrvatske.....	14
Tablica 6. Broj prodanih poslovnih prostora i medijalna cijena u 2021. i 2022. godini	18
Tablica 7. 20 JLS-ova s najvišim vrijednostima indeksa priuštivosti stana/apartmana u 2021. godini.....	38
Tablica 8. 20 JLS-ova s najnižim vrijednostima indeksa priuštivosti stana/apartmana u 2021. godini.....	39

Popis grafikona

Grafikon 1. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih stanova/apartmana u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini.....	6
Grafikon 2. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih građevinskih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini.....	10
Grafikon 3. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih poljoprivrednih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini.....	12
Grafikon 4. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih šumskih zemljišta u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini.....	14
Grafikon 5. Broj kupoprodaja i vrijednost prodanih poslovnih nekretnina u milijunima EUR u 2021. i 2022. godini.....	16
Grafikon 6. Broj kupoprodajnih transakcija stanova/apartmana po županijama u periodu 2018. – 2022. godine	30

Grafikon 7. Medijalna cijena stana/apartmana po m2 u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.	31
Grafikon 8. Broj kupoprodajnih transakcija obiteljskih kuća po županijama u periodu 2018. – 2022. godine	31
Grafikon 9. Medijalna cijena obiteljskih kuća po m2 u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.	32
Grafikon 10. Broj kupoprodajnih transakcija građevinskih zemljišta po županijama u periodu 2018. – 2022. godine	33
Grafikon 11. Medijalna cijena građevinskog zemljišta po m2 u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.	33
Grafikon 12. Broj kupoprodajnih transakcija poslovnih prostora po županijama u periodu 2018. – 2022. godine	34
Grafikon 13. Medijalna cijena poslovnog prostora po m2 u HRK po županijama u periodu 2018. – 2022. god.	35

Popis slika

Slika 1. Priuštivost stana/apartmana po JLS-ovima u 2021. godini	37
Slika 2. Odnos sezonalnosti turizma i medijalne cijene apartmana/stana po JLS-ovima u 2021. godini.....	40
Slika 3. Odnos broja ostvarenih turističkih noćenja i medijalne cijene apartmana/stana po JLS-ovima u 2021. godini.....	41