

Poslovni mehanizmi sektora nekretnina u bankarskom poslovanju

Paradžik, Dominik

Master's thesis / Diplomski rad

2020

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:148:856898>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2024-10-20**



Repository / Repozitorij:

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



Sveučilište u Zagrebu
Ekonomski fakultet
Menadžerska informatika

**POSLOVNI MEHANIZMI SEKTORA NEKRETNINA U
BANKARSKOM POSLOVANJU**

Diplomski rad

Dominik Paradžik

Zagreb, lipanj 2020.

Ekonomski fakultet
Menadžerska informatika

POSLOVNI MEHANIZMI SEKTORA NEKRETNINA U
BANKARSKOM POSLOVANJU
REAL ESTATE BUSINESS MECHANISMS IN BANKING

Diplomski rad

Dominik Paradžik, 0067523960

Mentor: prof. dr. sc. Ivan Strugar

Zagreb, lipanj 2020.

IZJAVA O AKADEMSKOJ ČESTITOSTI

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

Student:

U Zagrebu, 02. lipnja 2020.

Dominik Paradžik

(potpis)

Sažetak i ključne riječi

Tema rada svojevrijedno je izabrana s ciljem bližeg upoznavanja sustava poslovanja sektora nekretnina i svih popratnih aktivnosti blisko vezanih s njime. Fokus je na što detaljniji, ali i zanimljiviji način analizirati tržište nekretnina, prateće aktivnosti na tržištu, poslovne procese i mehanizme unutar sektora nekretnina te dati odgovore na što veći broj pitanja koja se usputno postavljaju.

Budući da stanovnici Republike Hrvatske svakodnevno zahtijevaju procjene vrijednosti nekretnina, radi se o konstantno rastućem trendu potražnje za stanovima, kućama, poslovnim prostorima, gospodarskim zemljištima i slično. Stoga, govorimo o itekako aktualnoj temi u našoj zemlji. Poslovanje sektora nekretnina povezano je s mnogim područjima u ekonomiji poput financijskog sektora, menadžmenta, marketinga te informacijskim i komunikacijskim tehnologijama, čime se uvelike pridonosi razvoju gospodarstva i tehnološke infrastrukture u Republici Hrvatskoj.

Nadalje, u današnjem poslovnom svijetu digitalizacija poslovnih procesa osigurava opstanak u utrci s konkurentima te usmjerava tijek gotovo svih poslovnih aktivnosti. Uvođenje inovacija u elemente poslovanja temelj je stvaranja konkurentske prednosti na svim tržištima. Sektor nekretnina koristi velike količine podataka u opsegu svojeg poslovanja, stoga primjena i razvijanje ICT tehnologija te digitalnih aplikacija uvelike pridonosi ubrzavanju i pojednostavljenju poslovnih procesa kako pružatelju, tako i krajnjem korisniku usluge.

Istraživanje tržišta uvijek je prikladna strategija za prikaz različitih preferencija potrošača na tržištu. Anketno istraživanje na temelju uzorka stanovništva pokazat će moguće načine kojima se ostvaruje kupnja/najam stambenih objekata i sve preostale determinante potražnje za nekretninama u Hrvatskoj. Usprkos negativnom trendu cjenovnog balona nekretnina na tržištu, potražnja za nekretninama u Hrvatskoj još uvijek neprestano raste.

Ključne riječi: tržište nekretnina, banke, poslovni procesi, tehnologija, potražnja

Summary and key words

The topic of this master's thesis was arbitrarily chosen with the aim of getting to know the real estate system business system and all related activities. The focus is on analyzing the real estate market, related market activities, business processes and mechanisms within the real estate sector in the most detailed and interesting way possible, and answering as many as possible of the incidental questions.

Since the residents of the Republic of Croatia require real estate evaluation values on a daily basis, there is a constantly increasing trend of demand for apartments, houses, business premises, commercial land and other. Therefore, we are talking about a current topic in our country. The business of the real estate sector is related to many other areas in the economy such as the financial sector, management, marketing, information and communication technologies, which greatly contributes to the development of the economy and technological infrastructure in the Republic of Croatia.

Furthermore, in today's business world, digitalisation of business processes ensures the survival in the race with competitors and directs the flow of almost every business activity. Introducing innovation into the elements of business is the cornerstone of creating a competitive edge in every market. The real estate sector uses a large amount of data in the scope of its business, so the application and development of ICT technologies and digital applications greatly contributes to speeding up and streamlining business processes, both for the provider and the end user of the service.

Market research is always a good strategy to show different consumer preferences in the market. The survey based on sample of the population will show the possible ways in which the purchase or rental of residential properties and all the remaining determinants of real estate demand in Croatia can be realized. Despite the negative trend of the real estate price bubble in the market, the demand for real estate in Croatia is still constantly growing.

Key words: real estate market, banks, business processes, technology, demand

TABLICA SADRŽAJA

1. UVOD.....	1
1.1. Predmet i cilj rada	2
1.2. Metode i izvori rada	2
1.3. Sadržaj i struktura rada.....	2
1.4. Detaljan opis djelatnosti sektora	3
1.5. Organizacijska struktura unutar sektora.....	11
1.6. Poslovne operacije sektora.....	13
2. USLUGE SEKTORA NEKRETNINA I UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA (CRM)	15
2.1. Komunikacija sektora i klijenata.....	15
2.2. CRM i metode dijeljenja resursa.....	17
2.3. Mjerenje i praćenje zadovoljstva klijenata.....	19
2.4. Prijedlozi nadogradnje poslovne suradnje.....	21
3. TEHNOLOŠKI OKVIR I INFRASTRUKTURA.....	23
3.1. Značaj elektroničke platforme za poslovne aktivnosti.....	23
3.2. Internet i tržište nekretnina.....	25
3.3. Utjecaj mobilnog bankarstva na poslovanje.....	27
3.4. Usluge i pogodnosti intraneta u bankama	30
3.5. Popis i opis funkcionalnosti potpornih softvera.....	35
4. ANALIZA RASTUĆE POTRAŽNJE ZA NEKRETNINAMA U HRVATSKOJ.....	40
4.1. Proces i potražnje za nekretninama.....	40
4.2. Uzroci povećanja cijena nekretnina u Republici Hrvatskoj.....	47

4.3. Bankarski krediti i državni poticaji	50
4.4. Anketiranje uzorka stanovništva i obrada prikupljenih rezultata.....	53
5. ZAKLJUČAK.....	60
POPIS LITERATURE	63
POPIS SLIKA.....	68
POPIS TABLICA	69
POPIS GRAFIKONA.....	69
ŽIVOTOPIS	70

1. UVOD

Republiku Hrvatsku već godinama prati trend masovnog potraživanja i trgovanja nekretninama. Iako se gotovo svakodnevno govori o odlasku mladih za boljom životnom prilikom u inozemstvu, zahtjevi za procjenama stanova, kuća i ostalih stambenih objekata konstantno su traženi u Hrvatskoj. Usto, na tržištu nekretnina pojavljuje se problem da sve veća potražnja za nekretninama uzrokuje i rast cijena stambenih objekata, a životni standard Republike Hrvatske ostaje na nedovoljno visokoj razini. Time se ustvari pretpostavlja da hrvatski rezident prosječnih primanja otplaćuje jednu nekretninu tijekom svoga životnoga vijeka. Završetkom gospodarske krize, tržište nekretnina u Hrvatskoj pokazuje značajan oporavak, a samim time jača i sektor građevine. Iz navedenih razloga važno je iznijeti analizu tržišta nekretnina i navedenog trenda kako bi se svatko od nas još više osvrnuo na situaciju s kojom se susrećemo. Anketno istraživanje na temelju uzorka poslužit će kao adekvatna metoda za ispitivanje preferencija potrošača na navedenom tržištu, tj. pobliže će prikazati interese kupaca pri kupnji stambenih nekretnina.

Pored osnaživanja građevinskog sektora, dolazi do razvoja novih tehnologija koje omogućavaju održavanje koraka u utrci s konkurentima na tržištu. Inovacije na području digitalizacije omogućavaju pojednostavljenje i ubrzavanje svakodnevnih poslovnih procesa. Pitanje koje se često postavlja u mnogim poslovnim odsjecima, pa tako i u sektoru za nekretnine, jest kako funkcionira kompletan sustav i što se može učiniti kako bi sustav postao još efikasniji. Svakako da postoje razni načini kako pojedini sadašnji poslovni procesi unutar sektora nekretnina mogu biti unaprijeđeni te zamijenjeni adekvatnim digitaliziranim oblicima, što će se i objasniti u daljnjem tijeku rada. Uzimajući u obzir sve navedeno, sektor nekretnina izrazito je važan čimbenik za jačanje gospodarstva u Hrvatskoj jer poslovanje nekretninama bankama stvara značajne prihode, otvaraju se nova radna mjesta u zemlji, a u konačnici se obogaćuje i državni proračun.

1.1. Predmet i cilj rada

Predmet ovoga rada odnosi se na sustavno praćenje poslovanja sektora nekretnina s naglaskom na digitalizaciju poslovanja. Glavni cilj rada jest objasniti kako funkcionira tržište nekretnina u Republici Hrvatskoj te analizirati prateće trendove koji se pojavljuju na navedenom tržištu.

1.2. Metode i izvori rada

Metode korištene u izradi rada su: analiza, obrada, komparacija, sustavno praćenje te anketa na temelju uzorka. Izvori rada su znanstveni članci i stručni radovi temeljeni na poslovanju sektora nekretnina, kako u Hrvatskoj, tako i u stranim zemljama. Također, korištene su knjige europskih i svjetskih autora koje su pripomogle pri objašnjenju i jednostavnijem shvaćanju poslovnih definiranja. Baza podataka koja je služila kao usporedba pojedinih varijabli i modaliteta između zemalja je Eurostat. Za prikaz operativnih funkcionalnosti korišteni su ekranski prikazi raspoloživih korporativnih softvera.

1.3. Sadržaj i struktura rada

Sadržaj rada sastoji se od 5 povezanih dijelova.

Uvod ističe tematiku, predmet i cilj rada, ključne činjenice, metode i izvore korištene pri izradi, sadržaj i strukturu rada, opis djelatnosti i organizacije sektora za nekretnine te poslovne operacije koje sektor provodi.

Drugi dio rada opisuje uzajamni odnos klijenta i sektora za nekretnine. Navode se upiti, zahtjevi i potrebe klijenata vezanih za nekretnine te ponuda usluga koje sektor nudi kao odgovor na potražnju za uslugama.

Treće poglavlje pridaje značaj elektroničkoj platformi u poslovanju te opisuje svu dostupnu tehnološku infrastrukturu koja je temelj izvođenja poslovnih procesa.

Četvrto poglavlje se odnosi na analizu ekspanzivne potražnje za nekretninama s fokusom na Republiku Hrvatsku, pojašnjava uzroke naglog povećanja cijena nekretnina te donosi rezultate provedenog istraživanja o potražnji za nekretninama.

U zaključku se navode sve najvažnije stavke prethodno navedene u radu.

1.4. Detaljan opis djelatnosti sektora

Prije nego što se detaljnije objasni djelatnost i značaj sektora za nekretnine bankama, potrebno je najprije ukratko objasniti pojmove vezane uz nekretnine, u svrhu pobližeg shvaćanja daljnjeg teksta.

„Nekretnine, kao objekti stvarnih prava, su određene zemljišne površine međusobno razgraničene geometrijskim linijama (katastarske i građevinske čestice) i sve što je s njima ljudskim radom trajno spojeno na površini ili ispod nje. Pravna pretpostavka za pravno jedinstvo nekretnine koje izražava tradicionalno načelo *superficies solo cedit* je trajna veza spojenih stvari sa zemljištem, trajne zgrade i druge građevine i sve što zemlja rađa na površini bilo da je samoniklo ili posijano, odnosno posađeno.“¹

S druge strane, važno je razlikovati pojam imovine od pojma nekretnine.

„Termin imovina može se upotrijebiti na više načina, često to smatramo objektima koji se mogu koristiti ili posjedovati, na primjer, zgrade, brodovi, knjige ili obveznice. Zakonski se pojam

¹Simonetti P.: Nekretnine kao objekti prava vlasništva i prava građenja (2009.), Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, Vol. 30 No. 1, str. 33

vlasništva može podijeliti u dvije široke klase: stvarna imovina i osobna svojina. Nekretnina se sastoji od pravnih interesa u zemlji i stvarima koje su trajno vezane uz zemljište, poput zgrada. Osobna imovina uključuje pravne interese u svim ostalim vrstama imovine. Jednostavno rečeno, nekretnina se odnosi na osobnu imovinu - zemlju i stvari vezane uz to zemljište, dok se osobna imovina odnosi na pokretnu imovinu kao što su automobili, namještaj i poslovna oprema.“²

Sektor za nekretnine, kao i svi ostali sektori unutar banke, ima svoj doprinos ukupnom bankarskom poslovanju. Pokretanje sektora za nekretnine bio je neizbježan potez banaka kao reakcija na dramatičan rast potražnje za nekretninama. Stoga su se banke u Hrvatskoj odlučile za osnivanje zasebnog sektora koji će svoje poslovanje bazirati isključivo na poslovanje s nekretninama. Takvom odlukom banke su pronašle rješenje kojim bi se svi upiti i zahtjevi stanovništva u potrazi za nekretninama mogli rješavati upravo u domeni sektora fokusiranog na nekretnine.

Dakle, temelj poslovanja sektora za nekretnine jest izvršavanje usluga i zahtjeva ciljane skupine, u ovom slučaju to su stanovnici Republike Hrvatske koji su u neprestanoj potražnji za stanovima, kućama, apartmanima, zemljištima, poslovnim prostorima, garažnim parkirnim mjestima i ostalim objektima. Pored hrvatskih rezidenata, ciljanu skupinu čine i poduzeća s poslovanjem na teritoriju RH koja redovito (najčešće jednom godišnje) zahtijevaju uslugu procjenjivanja svojih poslovnih objekata. Primarna djelatnost je, svakako, procjenjivanje vrijednosti i izrada procjembenih elaborata nekretnina kao odgovor na traženi zahtjev klijenta za željenom nekretninom. Najčešće su predmeti procjena stanovi i kuće na teritoriju Republike Hrvatske.

Usluge koje sektor za nekretnine obuhvaća su: procjene nekretnina, prodaja i posredovanje pri kupoprodaji svih vrsta nekretnina, izlazak na potrebni teren u svrhu izvršavanja financijskog i stručnog nadzora kod izgradnje nekretnina, stvaranje suradnje i sklapanje ugovora s poslovnim partnerima, savjetovanje klijenata pri kupnji nekretnine, analiza tržišta i druge konzalting usluge.³

Svojim djelovanjem sektor za nekretnine povećava ukupne bankarske prihode tako što naplaćuje izvršavanje usluga procjena nekretnina klijentima, osim ako se radi o procjeni prve nekretnine

² Floyd C.F., Allen M.T. : Real Estate Principles (2002.), Dearborn Real Estate Education, USA, str. 14

³ prema: PBZ Nekretnine, <https://www.pbz-nekretnine.hr/>

klijenta jer u takvom slučaju banka subvencionira plaćanje. Nakon završene procjene, sljedeći korak klijenta jest dogovaranje kredita s bankom u kojoj je zatražio izradu procjene. Banka djeluje na način da zarađuje na kamatama ugovorenog kredita. Prihodi se također ostvaruju od suradnje s raznim poslovnim partnerima, reklamnim materijalima, službenim sponzorstvima itd.

S ciljem upoznavanja tržišnih podataka o nekretninama u Hrvatskoj i zemljama Europske unije korišteni su podaci Državnog zavoda za statistiku i Eurostata.

“Predmet potencijalnih transakcija na tržištu nekretnina u Hrvatskoj predstavlja površina kopnenog dijela Republike Hrvatske koja iznosi 56.594 km², odnosno 64,3% ukupnog teritorija države (DZS, 2018.), zajedno ili bez građevina trajno spojenih na nju. Prema podacima Popisa stanovništva iz 2011. godine na kopnenom teritoriju Republike Hrvatske bilo je ukupno 2.246.910 stanova, ukupne površine 168.651.195 m², što znači da je prosječna površina svih stanova bila 75 m², dok je u višestambenim zgradama prosječni stan bio površine oko 60 m².“⁴

“U 2018. godini ostvareno je 23.736 kupoprodajnih transakcija stanova/apartmana ukupne vrijednosti od 13,2 milijarde kuna. Prosječna vrijednost jedne kupoprodajne transakcije tako je iznosila 580.300 kuna. U odnosu na 2017. godinu ostvareno je 8,8 posto transakcija više, a vrijednost prodanih stanova/apartmana bilježi rast od 13,8 posto. Veći doprinos međugodišnjem povećanju ukupne vrijednosti prodanih stanova/apartmana 2018. godine stoga dolazi od porasta cijena ove kategorije nekretnine.“⁵

⁴ prema: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske, Ekonomski institut Zagreb, str. 12
<https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/pregled%20tr%C5%BEi%C5%A1ta%20nekretnina/Nekretnine-2018-finalno-web.pdf>

⁵ *Ibid.*, str. 20

Tablica 1. Broj završenih novih zgrada prema vrsti zgrade 2014.-2017.

	<i>2014.</i>	<i>2015.</i>	<i>2016.</i>	<i>2017.</i>	<i>Indeks 2017./2016.</i>
STAMBENE ZGRADE	3.359	3.098	3.224	3.056	94,8
S jednim stanom	2.260	2.116	2.199	1.994	90,7
S dva stana	478	413	401	380	94,8
S tri i više stanova	617	567	619	671	108,4
Zgrade za stanovanje zajednica	4	2	5	11	220,0

Izvor: Državni zavod za statistiku

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/03-01-03_01_2018.htm

Tablica 1. donosi prikaz izgrađenih novih zgrada u razdoblju od 2014. do 2017. godine. 2018. godine zabilježeno je značajno povećanje novoizgrađenih stanova. Shodno tome, dolazi i do povećanja prosječne cijene kvadratnog metra stambenog objekta. Doprinos se očituje u podizanju cijena u Dalmaciji i Zagrebu. Iste godine uspješno je novoizgrađen 10 141 stan, što je povećanje za 19,4% u odnosu na prethodnu godinu. Značajan porast novoizgrađenih stanova utječe i na povećanje gradnje nestambenih zgrada. Rezultat toga je 19%tno povećanje s kriterija međugodišnje razine.

“Sektor građevinarstva u Hrvatskoj zadnjih nekoliko godina obilježava trend oporavka aktivnosti koji je nastupio nakon razdoblja snažne recesije. Na nastavak pozitivnih trendova ukazuju i glavni sektorski pokazatelji u 2018. i u prvoj polovici 2019. godine. Uz to, valja istaknuti kako usprkos značajnom smanjenju aktivnosti u građevinarstvu u recesijskim godinama, ovaj sektor još uvijek zauzima značajno mjesto u hrvatskom gospodarstvu. Prema zadnjim dostupnim podacima Državnog zavoda za statistiku, građevinarstvo je u strukturi ukupnog gospodarstva u prvoj polovici 2019. godine sudjelovalo s udjelom od oko 4,8%. Osim učinka na agregatnu proizvodnju, nezaobilazan je doprinos građevinarstva i ukupnoj zaposlenosti. Broj je zaposlenih u ovoj djelatnosti u lipnju 2019. godine iznosio 101.374 što čini 7,1% ukupnog broja zaposlenih u Republici Hrvatskoj.”⁶

“Analizirajući međugodišnje stope promjene glavnih sektorskih pokazatelja u 2018. godini, zapaža se različita dinamika kretanja (Tablica 2.). Za razliku od obujma građevinskih radova i zaposlenosti koji su se blago povećali, broj novoizgrađenih stanova je snažno porastao. Intenzivniji rast izdanih odobrenja za građenje u prvih sedam mjeseci 2019. godine potvrđuje očekivanja o nastavku rasta građevinarstva u nadolazećem razdoblju. Kretanja na tržištu nekretnina dodatno potvrđuju pozitivne trendove i oporavak ukupnog sektora. Uslijed oporavka potražnje u 2018. godini došlo je do prosječnog rasta cijena stanova. Njihova se cijena na međugodišnjoj razini povećala u prosjeku za 6,8%. Trend rasta cijena prodanih stanova nastavljen je i ubrzan u prvih sedam mjeseci ove godine, pri čemu su cijene porasle za 12,1% u odnosu na isto razdoblje 2018. godine.”⁷

⁶ prema: Sektorske analize, Ekonomski institut Zagreb, str. 3

https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Građevinarstvo-2019.pdf

⁷ *Ibid.*, str. 3

Tablica 2. Glavni sektorski pokazatelji (2016.-2019.)

	2016.	2017.	2018.	2019.
Udio u BDP-u (u %)	4,3	4,3	4,4	4,8
Udio u uk. zaposlenosti (u %)	6,5	6,8	7,0	7,1
Obujam gradevinskih radova (% promjena)	2,7	1,7	5,0	9,7
Broj zaposlenih (% promjena)	-0,2	3,0	4,3	3,9
Završeni stanovi (% promjena)	-3,1	8,8	19,4	/
Izdana odobrenja za građenje (% promjena)	26,7	17,5	-0,1	12,2
Cijena prodanih stanova (% promjena)	- 6,1	7,0	6,8	12,1

Izvor: Državni zavod za statistiku

https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2019/SI-1638.pdf

“Uspoređujući statistiku s ostalim zemljama Europske unije, građevinski sektor u većini zemalja članica ima značajnu ulogu u ukupnoj gospodarskoj aktivnosti. Prosječna vrijednost udjela građevinarstva u BDP-u za zemlje članice i za agregat EU-28 u 2018. godini jest 4,9%. U gotovo svim je zemljama građevinarstvo osjetilo posljedice recesije pri čemu je smanjena bruto dodana vrijednost sektora. Iznimka je Njemačka, u kojoj je zabilježen rast bruto dodane vrijednosti. Istovremeno, udio bruto dodane vrijednosti građevinarstva u ukupnom BDP-u nije se značajnije promijenio u Belgiji, Luksemburgu i Švedskoj.”⁸

“Kada se, uz dodanu vrijednost građevinarstva u BDP-u u zemljama članicama promatra i zaposlenost, važno je pitanje koliki broj zaposlenih stvara dodanu vrijednost sektora. „Stare“ članice EU-28 uspijevaju s manjim brojem zaposlenih realizirati znatno veću dodanu vrijednost sektora u odnosu na „nove“ članice. Prosječna dodana vrijednost po zaposlenom u „starim“ članicama EU-28 u 2018. godini jest 58.690 eura, a u „novim“ članicama 26.747 eura. Relativno najveću dodanu vrijednost po zaposlenom ostvaruje Danska sa 78.728 eura. Slijede je Belgija, gdje je dodana vrijednost po zaposlenom 77.732 eura, i Austrija sa 76.528 eura. Gospodarski vodeće zemlje EU-28, Njemačka i Francuska, također realiziraju znatno veću dodanu vrijednost po zaposlenom u usporedbi s „novim“ članicama EU-28. U Njemačkoj je dodana vrijednost po zaposlenom 60.769 eura, a u Francuskoj 66.979 eura.”⁹

“Udio građevinarstva u ukupnoj zaposlenosti u zemljama članicama EU-28 u 2018. godini dodatno potvrđuje značaj ovog sektora za ukupnu gospodarsku aktivnost u tim zemljama (Grafikon 1.). U toj je godini udio građevinarstva u ukupnoj zaposlenosti u EU-28 iznosio 6,4%. U novijim članicama EU-a taj je udio bio 7,1%, a u „starim“ članicama 6,2%. Najveći je udio u Luksemburgu (10,2 %). Slijede Finska s udjelom od 8,3%, Cipar s udjelom od 8,1% te Rumunjska s udjelom od 7,8%.”¹⁰

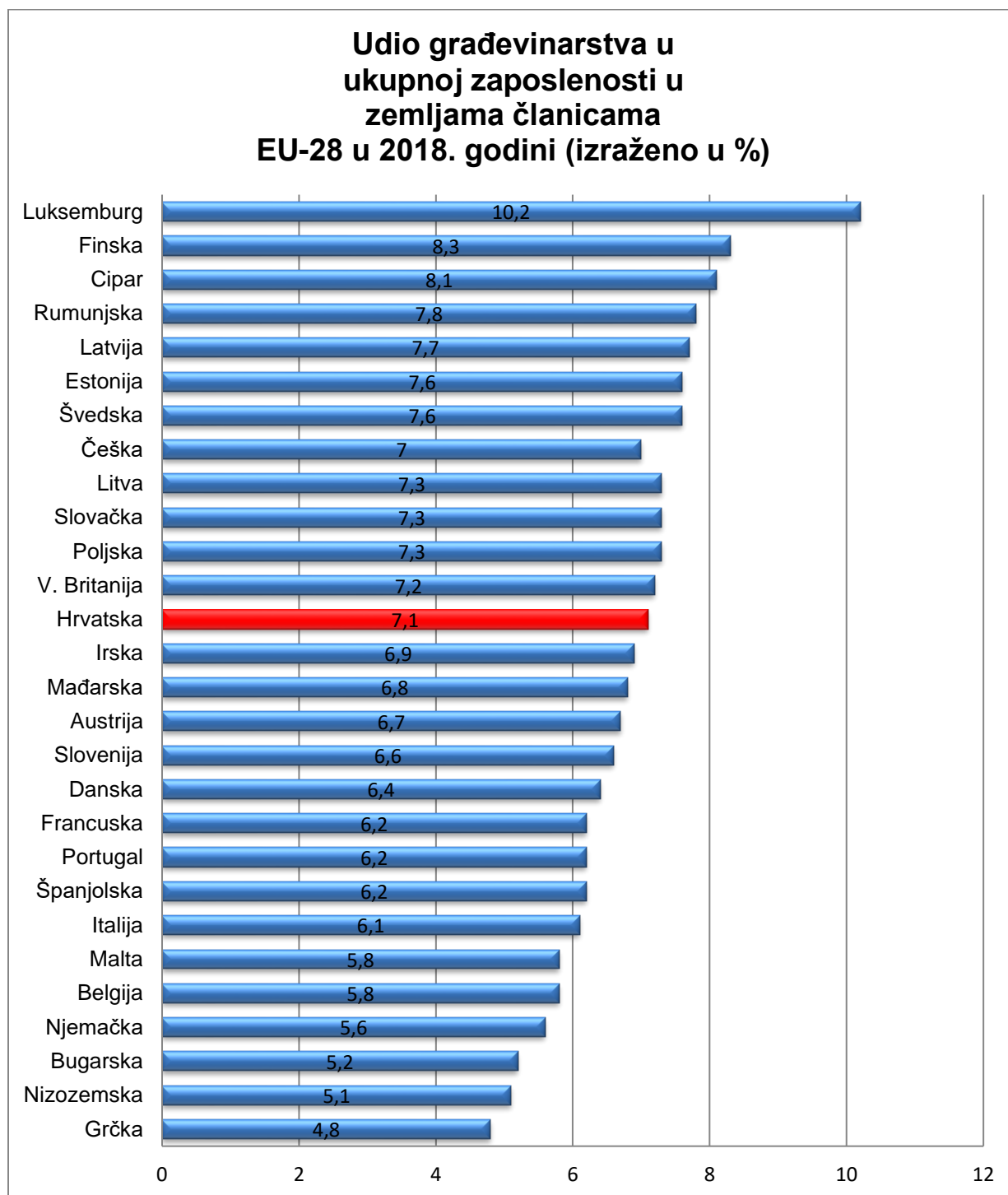
⁸ Buturac, G.: Građevinarstvo i nekretnine (2018.), Sektorske analize 7 (64), str. 11

⁹ prema: Sektorske analize, Ekonomski institut Zagreb, str. 12

https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/sektorske-analize/SA_Građevinarstvo-2019.pdf

¹⁰ *Ibid.*, str. 11

Grafikon 1. Udio građevinarstva u ukupnoj zaposlenosti EU



Izvor: Eurostat

https://appsso.eurostat.ec.europa.eu/nui/show.do?dataset=sbs_sc_con_r2&lang=en

1.5. Organizacijska struktura unutar sektora

Sektor za nekretnine čini društvo visoko obrazovanih pojedinaca registrirano za obavljanje djelatnosti procjene tržišne vrijednosti nekretnina, financijski nadzor i posredovanje u prometu nekretninama. Organizacijsku strukturu Društva čine Ured direktora, Direkcija za procjene i nadzor te Direkcija prodaje. Detaljniji prikaz organizacijske strukture rada donosi *Slika 1.*, izrađena u obliku organigrama.

Na čelu Društva nalazi se direktor koji, dakako, vodi brigu o cjelokupnom poslovanju i poslovnom usmjerenju Društva i koji u suradnji s Nadzornim odborom Društva donosi ključne odluke u poslovanju. Direktno podređeni suradnici direktora su pomoćnik direktora za procjene, nadležan za Direkciju procjena i nadzora, te pomoćnik direktora za prodaju nekretnina, nadležan za Direkciju prodaje. Prije donošenja bilo kakve važne odluke vezane uz prodaju ili procjenu odgovarajuće nekretnine direktor se uvijek može konzultirati sa svojim pomoćnicima.

Radna mjesta u Direkciji procjene i nadzora su: menadžeri za procjene, menadžeri za financijski nadzor i referenti. Svaki menadžer za procjene je ujedno i mentor i kontrolor vanjskim suradnicima, koji za Društvo obavljaju procjene na cijelom teritoriju Republike Hrvatske. Može se reći kako vanjski procjenitelji imaju dinamičniju rolu od procjenitelja zaposlenih u Društvu, ali mentori snose itekako veću odgovornost za učinjeni posao. Referenti su zaduženi za prihvatanje naloga za procjene nekretnina, obradu dokumentacije, slanje ponuda klijentima te za otpremu i arhiviranje gotovih elaborata.

Radna mjesta u Direkciji prodaje su menadžeri za odnose s klijentima, u čijem opisu posla je zaprimanje upita od klijenata, obilazak nekretnina sa klijentima, priprema oglašavanja nekretnina na web portalima, a svojim djelovanjem odgovaraju pomoćniku direktora za prodaju nekretnina. Upiti klijenata mogu doći telefonskim putem, mailom, putem web stranice ili najavljenim dolaskom u prostorije Društva.

Ured Direktora je na neki način back office Društva, u kojem su organizacijski smještene radna mjesta poslovne tajnice, glavnog savjetnika, višeg analitičara i glavnog koordinatora. Poslovna tajnica zadužena je za kontakt Društva kako prema klijentima, tako i prema, vanjskim suradnicima, dobavljačima, te ostalim organizacijskim dijelovima grupacije. Glavni savjetnik je

ujedno pravnik Društva, u čijoj domeni su sljedeće aktivnosti: izrada ugovora, službenik za GDPR, Compliance službenik te nadležna osoba za Sprečavanje pranja novca. U domeni glavnog savjetnika je usklađivanje pravnih akata Društva s regulativom te ostalim Pravilnicima i procedurama. Viši analitičari obavljaju poslove likvidature ulaznih računa, knjiženja izvršenih uplata klijenata i urednosti stanja na određeni dan. Svi predmeti u sustavu, prije daljnje obrade, moraju najprije proći odgovarajuća računovodstvena knjiženja kako bi sve naknadne radnje bile usklađene s početnim stanjem. Glavni koordinator ima ulogu voditelja projekata unutar Društva, poput izrade web aplikacije za izradu procjembenih elaborata, prodaje nekretnina portfelja na nivou grupacije te izvještavanja prema svim organizacijskim dijelovima.¹¹

Zaposlenike unutar sektora uprava banaka redovito šalje na dodatne obuke o posredovanju u prometu nekretnina. “U cilju poticanja cjeloživotnog obrazovanja kontinuirano se provodila edukacija posrednika u prometu nekretnina te je organizirano petnaest ciklusa edukacije posrednika u prometu nekretninama (do donošenja Zakona o posredovanju u prometu nekretnina), trinaest ciklusa pripremnih seminara za polaganje stručnog ispita za agenta posredovanja u prometu nekretnine (nakon donošenja Zakona o posredovanju u prometu nekretnina), tri cjelodnevne radionice na temu „zemljišnih knjiga“ i dvadeset i sedam Foruma poslovanja nekretninama.“¹²

¹¹ prema: Pravilnik organizacijske strukture PBZ Grupe

¹² Hrvatska gospodarska komora, www.hgk.hr/s-trgovinu/o-udruzenju-poslovanja-nekretninama

Slika 1. Organizacijska shema sektora nekretnina na primjeru PBZ Nekretnina d.o.o.



Izvor:

Pravilnik organizacijske strukture PBZ Grupe – na dan 31.12.2019.

1.6. Poslovne operacije sektora

Modeli poslovnog procesa glavni su predmeti za implementaciju poslovanja procesa. Sastoje se od skupa modela aktivnosti i ograničenja izvršenja između njih. Implementaciju mogu provoditi organizacijska pravila i načela, ali to može učiniti i softverski sustav koristeći poslovni proces sustava upravljanja. Tehnike modeliranja poslovnih procesa koje sektor za nekretnine provodi su validacija, simulacija i verifikacija. Modeliranje poslovnih procesa je jezgra tehničke podfaze tijekom projektiranja procesa.¹³

Sve radnje unutar sektora za nekretnine zasnivaju se na odgovarajućem poslovnom modelu putem kojeg se vrše poslovni procesi. Odlike takvog modela jesu točnost i ažurnost izvršenja

¹³ Lee I. (ur.): E-Business Innovation and Process Management (2007.), Western Illinois University, USA, str. 7

poslova kako bi se konstantno mogla voditi utrka s konkurencijom i kako bi se uvijek ostvarivao korak ispred konkurencije. Bez jasno postavljene ideje vezane uz implementaciju poslovnog modela u sektoru, nijedna poslovna operacija ne bi doprinosila svrsi.

Primarna zadaća sektora je precizna procjena vrijednosti nekretnina koja zahtijeva izviđanje, promatranje i mjerenje dimenzija određene nekretnine te u konačnici izradu procjemenog elaborata nekretnine. Menadžeri zaduženi za prodaju iznose ponudu nekretnina potencijalnim klijentima i dogovaraju kupoprodaju, dok pravnici zadržavaju poslovne odnose s postojećim klijentima te grade suradnju s novim klijentima. Uplate i sve ostalo vezano uz fakturiranja provodi se u računovodstvenom odjeljenju. Sve nejednakosti i nepravilnosti provjeravaju se operacijama kontrole gotovih predmeta. Jednostavnije shvaćanje donosi Slika 2., koja služi kao prikaz poslovnih operacija sektora izrađen u obliku mentalne mape.

Slika 2. Mentalna mapa poslovnih operacija sektora nekretnina



Izvor: izrada autora

<https://mm.tt/1417573846?t=GnhFlBa1Dw> (preuzeto 13. veljače 2020.)

2. USLUGE SEKTORA NEKRETNINA I UPRAVLJANJE ODNOSIMA S KLIJENTIMA (CRM)

U ovome dijelu rada fokus se stavlja na usluge koje sektor za nekretnine pruža klijentima te na uzajamni odnos klijenata kao potraživača usluga i sektora za nekretnine kao pružatelja usluga. Determinirat će se upiti i zahtjevi klijenata prema sektoru, vrste i metode dijeljenja informacija i resursa te potencijalni prijedlozi unapređenja kvalitete suradnje sektora s klijentima, kao poticaj podizanja trenutnog načina razmjene poslovnih informacija na još višu razinu.

2.1. Komunikacija sektora i klijenata

Kada govorimo o komunikaciji klijenata sa sektorom za nekretnine, ključno je napomenuti kako vodeću ulogu u ovome segmentu poslovanja ima odjel prodaje. Naime, sve pristigle upite i zahtjeve klijenata o stambenim i poslovnim objektima rješavaju agenti za prodaju nekretnina unutar sektora. Najčešće se radi o upitima o trenutnoj ponudi nekretnina na tržištu, o pojedinostima nekretnine poput lokacije, legaliteta, cijene i veličine određene nekretnine te o svim drugim važnim aspektima vezanim uz nekretninu. Njihova prezentacija je ključna u iznošenju karakteristika nekretnine i u pregovaranju ugovornih odredbi kako bi se zatvorila transakcija. Naravno, kupci i prodavači mogu se osloniti i na pretraživanje stanova i kuća putem interneta, potencijalno zaobilazeći tradicionalne agente za prodaju nekretnina.¹⁴

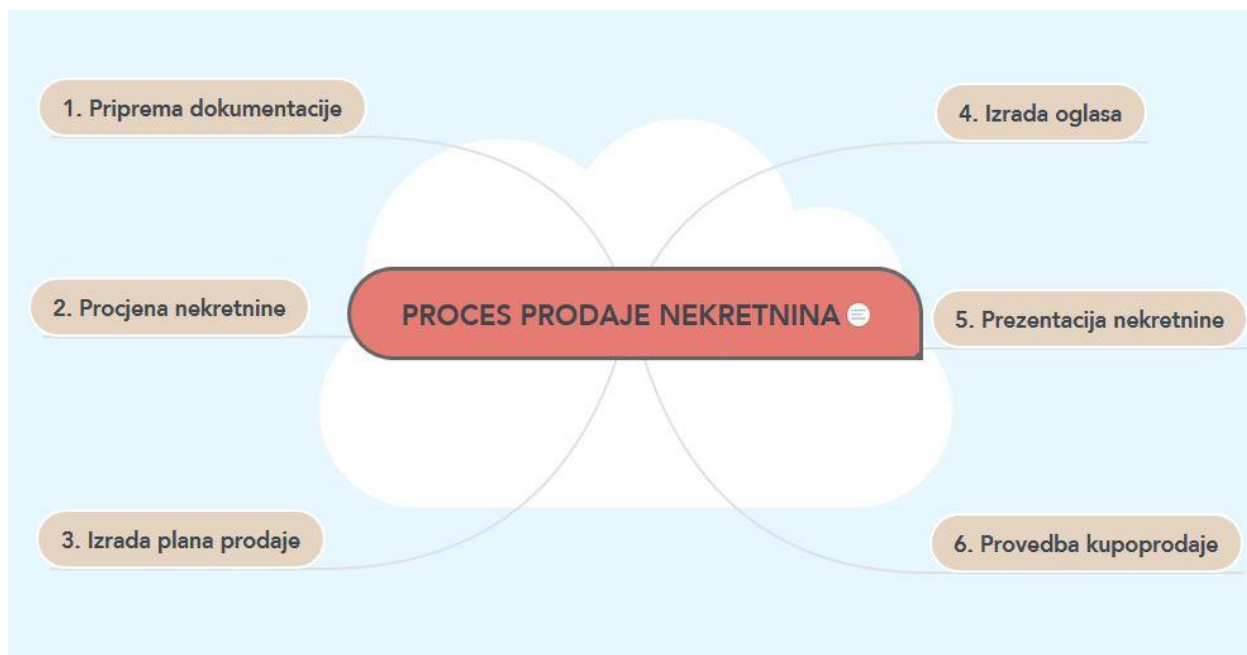
Klijenti angažiraju davatelje usluga za rješavanje problema te prilikom donošenja odluke biraju onog pružatelja za kojeg smatraju da može pružiti kvalitetniju uslugu od ostalih. U trenutku kada klijent uoči značajnu razliku u cijeni, on ili ona može istražiti ostale čimbenike kako bi utvrdili vrijedi li zaista cjenovna razlika. Pružatelji konzalting usluga na tržištu se često razlikuju po opusu svojih usluga. Kada agenti za prodaju predstave svoje usluge, klijent razmatra što je

¹⁴ Potter R.A.: Selling Real Estate Services: Third-Level Secrets of Top Producers (2008.), John Wiley & Sons Inc., str. 44

različito u mogućnostima i pristupu svakoga od njih. Jednom kada klijent suzi vlastiti izbor, tada su znatno veće vjerojatnosti da će se opredijeliti upravo za ponudu koju on smatra najboljom.¹⁵

Uporaba interneta u ovoj industriji olakšava korake između različitih aktera, u ovom slučaju klijenta i agenta za prodaju, čime se olakšava promet nekretninama. Tipična akcija vezana uz promet nekretnina je kupnja/prodaja nekretnina. Faze koje su uključene uz ugovaranje nekretnine su: pretraživanje, ocjenjivanje, pregovori i zaključivanje. Klijenti putem iznesene ponude nekretnina na web stranicama pregledavaju kuće i stanove na prodaju, fotografije nekretnina, virtualne obilaske, video snimke i dr. Tradicionalno gledano, posrednici u prometu nekretnina nude prodavačima i potpuni paket usluga, uključujući marketing prodavača ili pomoć kupcu u potrazi za nekretninom. Banke u vlasništvu drže određene nekretnine, a agenti za prodaju kupcima pokazuju trenutno raspoložive stambene objekte, zemljišta i poslovne prostore.¹⁶

Slika 3. Mentalna mapa koraka u procesu prodaje nekretnina



Izvor: izrada autora

<https://mm.tt/1424270320?t=HDdf8FjoWr> (preuzeto 23. veljače 2020.)

¹⁵ *Ibid.*, str. 21

¹⁶ Cherif E.: Real estate services structure evolution with Internet and SWOT analysis (2014.), International Journal of Electronic Customer Relationship Management, str. 201

Slika 3. dočarava uobičajeni postupak prilikom kupoprodaje nekretnina. Iako posrednik u kupoprodaji nekretnine nije nužan, u slučajevima kada se radi o nekretninama u zakupu banaka, uloga posredničkog agenta je neophodna. Ukratko, ugovor o kupoprodaji nekretnine zaključuje se nakon dostavljene dokumentacije o nekretnini, izrađene procjene vrijednosti nekretnine, izrađenog plana prodaje i oglasa nekretnine te u konačnici prezentacije nekretnine.

2.2. CRM i metode dijeljenja resursa

Odnos klijenata sa sektorom za nekretnine gradi se postepeno. U nastojanju da se kupoprodajni ugovor o nekretnini zaključi, menadžeri za prodaju nekretnina moraju iskoristiti sve izuzetne vještine i tehnike pregovaranja kako bi uvjerali kupca da se odluči upravo za njih. Komunikacija s klijentima ključ je sklapanja poslovnih odnosa, odvija se svakodnevno, a ovaj dio će pokazati koja sredstva i resurse sektor za nekretnine koristi pri razmjeni poruka i poslovnih informacija.

„Bez obzira je li pojedini kupac prije radio s agentom ili ne, dužnost agenta je objasniti gdje leži njegova uloga. Agenti se moraju postaviti klijentu kao savjetnici. Takav pristup omogućuje klijentu da doživi agenta kao pomagača, a ne kao prodavača. Također, nastojanje je prezentirati kupcima da je posao agenta educirati ih, a ne stvarati odluke za njih. Na taj način kupcima se pruža osjećaj sigurnosti i opuštenosti u poslovanju sa sektorom s obzirom da su ljudi vrlo često u defanzivi jer su u strahu da će ih reprezentativci prodaje nasamariti da kupe nešto što oni ne žele.“¹⁷

Tijekom reprezentacije ponude menadžeri prodaje ulažu sav mukotrpan rad, kojeg klijenti u tom trenutku uvelike cijene kao pomoć, ali mnogi klijenti ne ostave preporuke i pohvale za napravljenu uslugu jer misle da time dodatno ometaju prodajne zastupnike. Isto tako, ukoliko se ne zadrži povremeni kontakt s klijentom nakon uspješne prodaje, klijenti se nerijetko osjećaju zapostavljenima što može dovesti do prekida potencijalne buduće suradnje. Može se reći kako se radi o začaranome krugu. Kako ne bi došlo do navedenog problema, svakako postoje brojni

¹⁷ Sparta K.: The Consultative Real Estate Agent: Building Relationships That Create Loyal Clients, Get More Referrals, and Increase Your Sales (2005.), Amacom, str. 134

oblici komunikacije koji pomažu u zadržavanju daljnjeg kontakta s klijentima nakon ugovorene prodaje poput: osobnog dolaska na adresu, razmjenom poruka putem e-pošte, osobnih bilješki, telefonskih poziva, ostavljanjem posjetnica, praćenja na temelju odnosa, organiziranim sastancima i događanjima i tako dalje.¹⁸

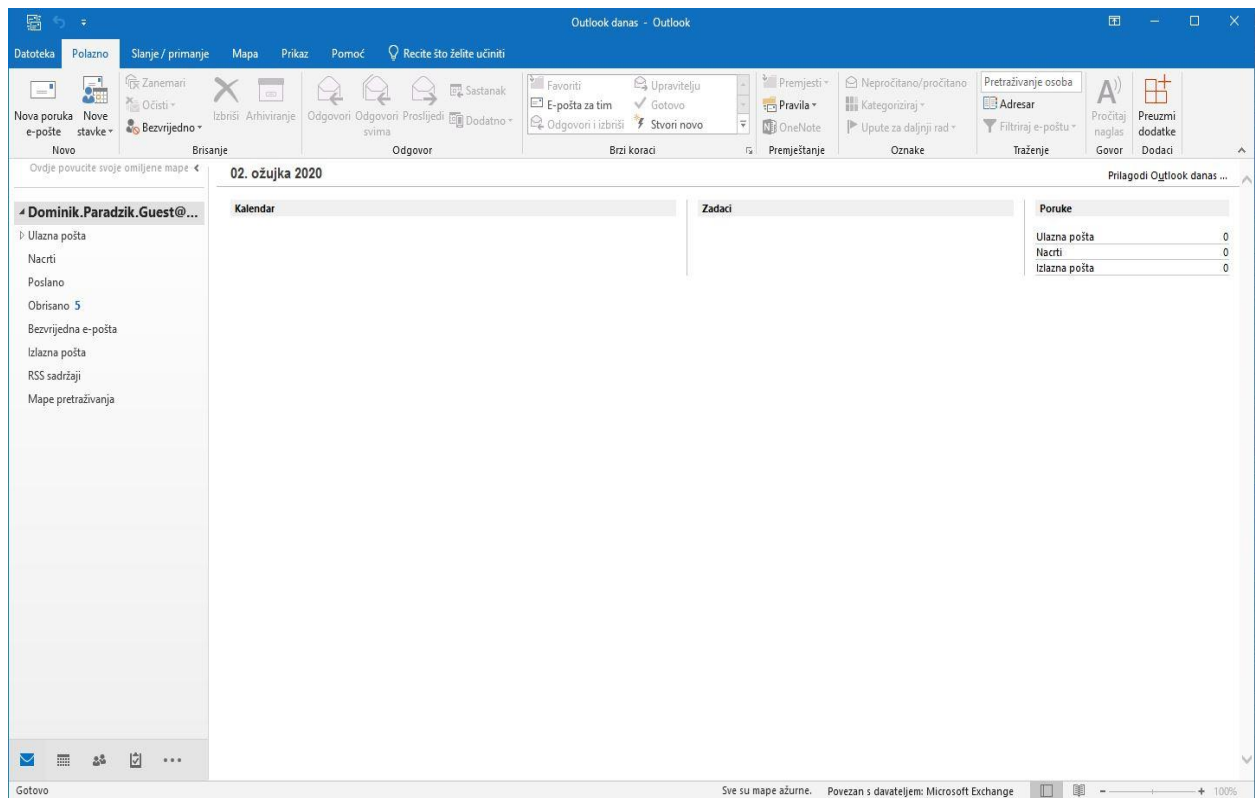
Slika 4. prikazuje najkorišteniju metodu razmjene informacija sektora nekretnina s klijentima, a to je elektronička pošta. Dnevno sektoru pristizе masa raznolikih upita i zahtjeva klijenata čime se svaki pojedini upit prosljeđuje nadležnoj osobi, ukoliko već nije imenovana. Referenti sektora i sami procjenitelji brinu o upitima vezanim za procjene nekretnina, zahtjeve oko ponude nekretnina rješava odjel za prodaju, dok se sve informacije oko plaćanja i prethodno provedenim transakcijama odnose na računovodstveni odjel.

Druga najčešća vrsta rješavanja upita je tradicionalne i jednostavnije prirode, odnosno radi se o tzv. telemarketingu koji predstavlja sistematski pristup istražujući putem telefona i, ponekad, drugih elektroničkih medija poput e-pošte ili internetskog razgovora. Telemarketing podrazumijeva komunikaciju osoblja u poduzeću i potencijalnih klijenata. Izlazni telemarketing obuhvaća odlazne pozive klijentima u svrhu reprezentacije određene korporacije ili agencije. S druge strane, ulazni telemarketing se odnosi na primanje upita potencijalnih kupaca. Pored navedenog, telemarketing se još koristi pri unakrsnoj prodaji i rukovanju pritužbi.¹⁹

¹⁸ *Ibid.*, str. 151

¹⁹ Buttle F., Maklan S.: *Customer Relationship Management: Concepts and Technologies* (2015.), Routledge, str. 67

Slika 4. Ekranski prikaz komunikacije elektroničkom poštom (Microsoft Outlook)



Izvor: Microsoft Outlook

<https://outlook.live.com/owa/> (preuzeto 02. ožujka 2020.)

2.3. Mjerenje i praćenje zadovoljstva klijenata

Strategija upravljanja odnosima s klijentima, osim inteligentnog korištenja podataka i tehnologija pri dijeljenju znanja i savjetovanju klijenata, obuhvaća i praćenje razvoja dugotrajnih odnosa s konkretnim kupcima. S obzirom da se termin „mjerenje“ koristi za izračunavanje numeričkih varijabli, sukladno tome je kvalitetu usluge teško izmjeriti i kvantificirati, stoga se ovdje govori o mjerenju općenitog stupnja zadovoljstva klijenata prethodno izvršenom uslugom.

Naime, kako bi se ostvarilo što veće zadovoljstvo klijenta, najprije je potrebno primijeniti stručna znanja i vještine tijekom pružanja usluge. U ovom slučaju se radi o uslugama procjena nekretnina te o uslugama savjetovanja klijenata pri kupoprodaji određene nekretnine. Nakon što

se jedna od tih usluga izvrši, tada se može govoriti o stupnju zadovoljstva klijenta. Pristupačan i strpljiv način komunikacije s klijentom uvelike umanjuje vjerojatnost donošenja brzopletih odluka klijenta. Također, u procesu informiranja klijenata dodatno upoznavanje s relevantnim podacima i prijašnjim iskustvima utječe na poboljšanje zadovoljstva klijenata i odanost istih. Znanje je itekako moć, prenošenje svakog znanja klijentu osnažuje koheziju između klijenta i pružatelja usluge.²⁰

Nadalje, mjerila uspješnosti definiraju se na temelju strateških ciljeva poduzeća. “Praćenje zadovoljstva klijenata podrazumijeva promatranje poslovanja iz četiri ključne perspektive i pruža odgovor na četiri temeljna pitanja:

1. Kako Vas vide kupci? (perspektiva kupca)
2. Po čemu se baš Vi ističete? (interna poslovna perspektiva)
3. Možete li kontinuirano poboljšavati uslugu i stvarati vrijednosti?
(perspektiva inovacija i učenja)
4. Kakav financijski rezultat ostvarujete? (financijska perspektiva)²¹

Pojam kvalitete označava najrelevantniji faktor koji usmjerava uspješnost poslovanja nekog sektora. Kvalitetu je nužno stalno unapređivati, a upravo to je zadaća svih banaka kako bi se ostvarila što veća baza potencijalnih klijenata. Time se također povećava i ukupno zadovoljstvo klijenata, a čineći svoje klijente zadovoljnima, postoji velika mogućnost da klijent postane i lojalan te nastavi surađivati s istim posrednikom. U slučaju nezadovoljstva izvršenom uslugom,

²⁰ Achimba C., Opiyo Ongonga J. i dr.: Innovation in Banking Industry: Achieving Customer Satisfaction (2014.), Open Journal of Business and Management, str. 264

²¹ Karić M.: Mjerenje potrošačkog zadovoljstva u funkciji upravljanja maloprodajom (2008.), Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku, str. 281

dolazi do prekida u procesu stvaranja lojalnosti, odnosno pri idućoj kupnji klijent će se najvjerojatnije odlučiti za drugog ponuđača na tržištu.²²

2.4. Prijedlozi nadogradnje poslovne suradnje

Trenutačni poslovni model na kojem se bazira odnos klijenata sa sektorom za nekretnine zadovoljava kriterije tečnog i uspješnog poslovanja, ali uvijek postoji prostor za dodatni napredak u poslovanju. Ovaj dio rada navest će koje su to moguće dorade u prezentiranju poslovnog modela sektora nekretnina, odnosno sitne finese koje mogu dovesti do još konkretnijeg i efektivnijeg načina vođenja poslovnih aktivnosti.

„Digitalne tehnologije i Internet stvari igraju ključnu ulogu kao pokretači komunikacije u razmjeni kvalitetnih i pravovremenih informacija, u dijeljenju, pohranjivanju, zaštiti znanja i pružanju novih platformi za razvoj postojećih procesa u korporaciji. Dakle, etabliranost tvrtke obuhvaća postupno poduzimanje digitalne transformacije, ne samo za preispitivanje onoga što kupci cijene, već i za stvaranje operativnog modela koji koristi ono što je nedavno postalo moguća konkurentska diferencijacija.“²³

Jedna od modernih tehnika pojednostavljivanja poslovnog modela glede komunikacije jest prikaz liste često postavljenih pitanja (FAQ). Kada bi sektori za nekretnine objavili pitanja koja najviše interesiraju potencijalne kupce, takva mogućnost bi olakšala komunikaciju u oba smjera. Stranice čija je poslovna djelatnost trgovina imaju za cilj pokretanje kupnje, tako da informacije na web lokaciji moraju pružiti sadržaj koji omogućava kvalitetne smjernice o kupnji. U svakom slučaju, uloga FAQ-a jest da svojim postojanjem pomogne potrebnim korisnicima u upoznavanju poslovnog sadržaja i jednostavnijem donošenju konačne odluke.²⁴

²² Puška A. i dr.: Utjecaj percipirane kvalitete na zadovoljstvo i lojalnost klijenata banaka (2016.), Ekonomska misao i praksa DBK Br. 1, str. 266

²³ Aagaard A. (ur.): Digital Business Models - Driving Transformation and Innovation (2019.), Springer International Publishing, Palgrave Macmillan, str. 8

²⁴ Wright L.: FAQs: Create Purposeful Information for a More Effective User Experience (2018.), Information Architecture Journal

Osim toga, poslovanju sektora nekretnina itekako bi pripomogla opcija primanja povratnih informacija od strane klijenata, tzv. feedbackova. Pomoću povratnih informacija mogao bi se uvidjeti rejting pruženih usluga, što bi bila odlična solucija za analizu elemenata koji ispunjavaju kriterije klijenata i analizu elemenata koje bi trebalo nadomjestiti i poboljšati kako bi se odnos klijenta i pružatelja usluge podigao na višu razinu.

Povratne informacije od ključne su važnosti za zaposlenike na poslu, utječu na razvoj, poboljšanje performansi i postavljanje ciljeva. Pretpostavka je da će zaposlenici, ukoliko dobiju pozitivne povratne informacije o svom učinku biti motivirani i osnaženi za svako buduće ugovaranje i sklapanje suradnje s novim klijentima. Nažalost, općenita činjenica jest da postoji dihotomija oko povratnih informacija, što bi zapravo značilo da koliko god povratne informacije bile važne za učinkovito poslovanje, rijetko se daju i često se zloupotrebljavaju.²⁵

²⁵ Steelman L.A., Williams J.R. (ur.): Feedback at Work (2019.), Springer Nature Switzerland AG, str. 1-2

3. TEHNOLOŠKI OKVIR I INFRASTRUKTURA

Ovo poglavlje stavlja fokus na tehnološku infrastrukturu koja podupire tržište nekretnina. Između ostalog, objašnjava se prednost digitalizacije u provođenju poslovnih operacija, odnosno primjena ICT tehnologija u poslovanju, pogodnost mobilnog bankarstva kao modernog načina poslovanja, povezanost cjelokupne bankarske mreže te se prikazuje izvedba poslovnih procesa i funkcionalnosti potpomognuta dostupnim softverima unutar sektora nekretnina.

3.1. Značaj elektroničke platforme za poslovne aktivnosti

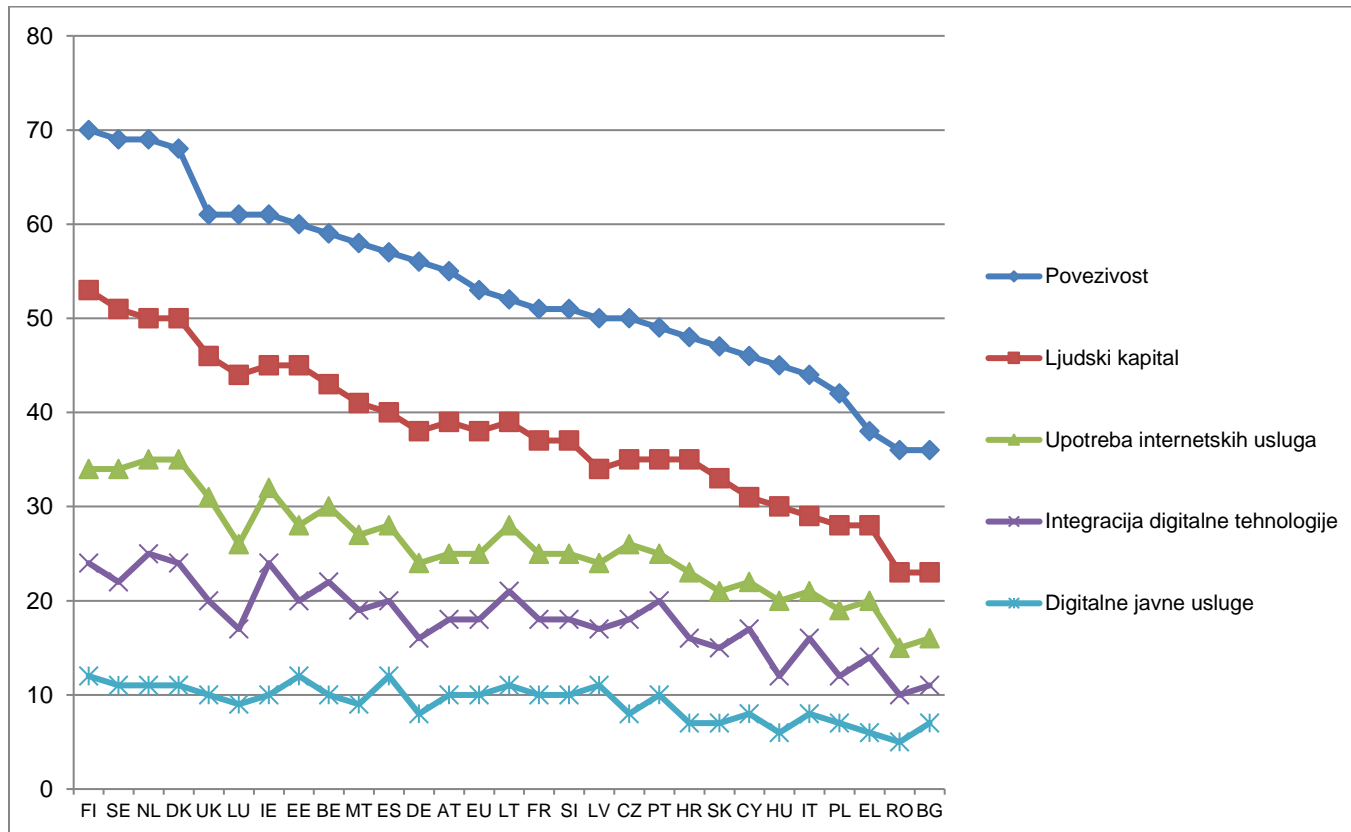
Digitalizacija poslovnih procesa predstavlja suvremeni način poslovanja s utjecajem na sve sektore u gospodarstvu; neizbježna je i neophodna, mijenja život svih nas pa tako i našu komunikaciju i naš svakodnevni rad. Sve se više zamjenjuju staromodni, takozvani fizički oblici poslovanja s obzirom da je digitalne oblike puno jednostavnije preuzimati, pohranjivati, distribuirati te u konačnici i prikazivati. Digitalnu transformaciju prate nove tehnologije kao što su Internet stvari, Big Data, 3D tisak, e-trgovina i napredna proizvodnja, a pokreću ju još i novi softveri i aplikacije, automatizacija poslovnih procesa, digitalni marketing, digitalna nabava itd.²⁶

“Sa statističkog pogleda, prema analizi DESI (The Digital Economy and Society Index) za 2019. godinu, koju provodi Europska komisija i koja prati evoluciju digitalne kompetitivnosti članica EU-a, Hrvatska je 21. od 29 država članica Europske unije te se nalazi u kategoriji manje uspješnih zemalja. Analiza pokazuje kako je Hrvatska ostvarila napredak u kategorijama upotrebe interneta i digitalnih javnih usluga. Hrvati su među najbrojnijim čitateljima vijesti na internetu u EU-u, a hrvatska poduzeća iskorištavaju mogućnosti društvenih medija, Big Data tehnologije i e-trgovine. Međutim, unatoč određenom napretku Hrvatska općenito nije ostvarila

²⁶ prema: Europska komisija, https://ec.europa.eu/croatia/what_is_digital_transformation_changing_hr

znatna poboljšanja u području internetske povezanosti u odnosu na 2018. te je ostala na dnu ljestvice u usporedbi s ostalim zemljama članicama (Grafikon 2.).²⁷

Grafikon 2. Indeks digitalnoga gospodarstva i društva EU (DESI), poredak za 2019. godinu



Izvor: DESI (The Digital Economy and Society Index)

<https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

“Promatrajući s gledišta bankarskog poslovanja, hrvatske banke često su podložne analizama njihovog poslovanja pri čemu se ispituje koliko su učinkovite u obavljanju svojih aktivnosti. Pojam učinkovitosti se može odnositi na širi spektar koncepata poput profitabilnosti, veličine, stabilnosti i sigurnosti poslovanja, proizvodnosti i tako dalje. U većini slučajeva u analizi poslovnih subjekata, pa tako i banaka, usredotočenje je upravo na profitabilnosti pošto ona predstavlja glavnu odrednicu njihove uspješnosti te svrhu njihovog postojanja, a veća se razina

²⁷ prema: Europska komisija, <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/desi>

profitabilnosti ostvaruje konstantnim unapređenjima poslovnih procesa i primjenom digitaliziranih oblika u poslovanju.“²⁸

Specifično u sektoru za nekretnine, dvije ključne vještine u provođenju poslovnih aktivnosti jesu brzina i preciznost izvršenja. S obzirom na učestalo velik broj pristiglih zahtjeva i naloga za izvršenjem usluga procjenjivanja vrijednosti nekretnina, itekako je važno biti ispred krajnjeg vremena kako bi se izbjeglo nakupljanje zaostataka, dok s druge strane svaka pogrešna procjena u radu negativno utječe na ukupno vrijeme izvršenja usluge. Digitalna transformacija postaje dio poslovne strategije, a svakom sljedećom uporabom elektroničkih podataka stječu se nove vještine koje su neophodna za obavljanje većine funkcija u svakodnevnom radu.

3.2. Internet i tržište nekretnina

Dostupnost tehnologije, prije svega informatičke, omogućava velikom broju „malih“ ljudi da u svakom trenutku budu upoznati s bilo kakvim informativnim sadržajem. Internet je postao važna sastavnica kako privatnog, tako i poslovnog života. U Republici Hrvatskoj internet je uvjerljivo najkorišteniji izvor pronalaženja informacija. Apsolutnu dominaciju interneta nad ostalim medijima potvrđuje i činjenica da se upotrebljava i dvostruko više od televizije. Prema jednom istraživanju HINA-e, čak 88% ispitanika smatra kako internet posjeduje informacije koje nigdje drugdje nisu dostupne.²⁹

Tržište nekretnina predstavlja dinamičan sektor koji je uvijek snažno uvjetovan mišljenjem javnosti i ne samo to, pod jakim je utjecajem gospodarskih kretanja. Klijenti primarno nude ili traže nekretnine internetskim putem. Internetom se sve više koriste pripadnici svih dobnih skupina, stoga osobe koje kupuju/prodaju ili iznajmljuju/unajmljuju nekretnine uvijek trebaju biti u toku s trendovima online marketinga. Već dugi niz godina se proučava utjecaj interneta na tržište nekretnina, a promjene su, dakako, značajno vidljive i osjetljive. U Hrvatskoj tipično

²⁸ Vučković M.: Analiza učinkovitosti hrvatskih banaka pomoću višekriterijskog programiranja (2010.), Članak broj 10-07, Ekonomski fakultet Zagreb, str. 4

²⁹ prema: HINA.hr, <https://www.hina.hr/vijest/10035585>

pretraživanje stambenih objekata i poslovnih prostora podrazumijeva pregled nekoliko ključnih tražilica za nekretnine i oglasnih platformi poput Njuškalo.hr, Crozilla.com, In-Nekretnine.com i tako dalje.³⁰

Zadaća svih poslovnih subjekata, tj. poduzeća i institucija, jest prikazivanje i distribuiranje što većeg broja relevantnih informacija i podataka krajnjim korisnicima o svojoj djelatnosti i ponudi usluga. Isto vrijedi i za sve ponuđače nekretnina na tržištu. Dakle, ispunjenjem navedene značajke, odnosno navođenjem jasnih podataka poput cijene, lokacije, površine, stanja i opisa okruženja nekretnine, načina plaćanja (gotovinom ili kreditom) te prikazom aktualnih fotografija ostvaruje se zainteresiranost kupca za uslugama pojedinog ponuđača na tržištu.

Osim toga, uvijek su dostupni i sadržaji na društvenim mrežama. Društvene mreže predstavljaju moderan način komunikacije, primijenjene su i sveobuhvatne u tolikoj mjeri da se ponekad informacije najprije istražuju na društvenim profilima, a tek potom na službenim web mjestima. Primjerice, izrada Facebook i Instagram profila svakako su potencijalne sugestije kojima bi sektori nekretnina dodatno privukli još veći broj zainteresiranih kupaca. Oglašavanje sadržaja na društvenim platformama, npr. ažurna objavljivanja dostupne ponude nekretnina putem Google Adwordsa, zasigurno bi bila učinkovita marketinška kampanja čime bi se pojedini ponuđač nekretnina na tržištu još bolje promovirao i time stekao rasprostranjeniju etabliranost.

Pored dostupnih računalnih programa i aplikacija, različitih sredstava prenošenja sadržaja, weba kao podloge informiranja i kanala promocije, tehnološku infrastrukturu na tržištu nekretnina svakako upotpunjava i tehnologija virtualne stvarnosti. Termin virtualne stvarnosti (eng. *Virtual Reality*) označava novonastalu tehnologiju koja korisniku omogućava stupanje u interakciju s 3D okolinom. U sektoru nekretnina koristi se u obliku virtualne šetnje, odnosno stambeni objekti i poslovni prostori dostupni su u trodimenzionalnom prikazu (Slika 5.). Također, za prostorije ili dijelove nekretnina kojima je otežan pristup, poput potkrovlja ili poljoprivrednog zemljišta, itekako uslužna je i tehnologija dronova. Bepilotne letjelice s mogućnošću daljinskog upravljanja iliti dronovi predstavljaju idealno inovativno rješenje za izradu fotografija i video snimki nekretnina.

³⁰ prema: Poslovni dnevnik, <https://www.poslovni.hr/sci-tech/kako-prodati-ili-iznajmiti-nekretninu-270647>

Slika 5. Prikaz virtualne šetnje stambenog objekta (VR Tour)



Izvor: <https://medium.com/meraki-studio/real-estate-walks-in-to-virtual-reality-147ff25f4eab>
(preuzeto 20. ožujka 2020.)

3.3. Utjecaj mobilnog bankarstva na poslovanje

“U bankarskom sektoru mobilno bankarstvo predstavlja jednu od najnovijih vrsta usluga uvedenih s ciljem zadržavanja klijenata. Trend razvoja mobilnog bankarstva snažno je povezan s prodorom mobilnih uređaja u svakodnevnom životu, kao i ponašanjem potrošača koje se temelji na prenošenju aktivnosti iz različitih sfera njihovog života u virtualni svijet.”³¹ Mobilno bankarstvo označava digitalnu transformaciju bankarske industrije čime se ostvaruje snažna veza između financijskih usluga i tehnoloških inovacija. Osim što omogućava ubrzane načine

³¹ Babić-Hodović V., Arslanagić-Kalajdžić M.: How novelty seeking shapes the relation between perceived usefulness and attitudes towards the mobile banking (2019.), International journal of multidisciplinary in business and science, Vol. 5 No. 7, str. 5

izvršavanja bankarskih usluga, prednost mobilnog bankarstva se očituje i u tome da se stvara dodana vrijednost na bankarskom tržištu, odnosno dolazi do smanjenja utrošenog vremena za obavljanje bankarskih transakcija, a pritom se povećava i zadovoljstvo krajnjih korisnika i nude bolje poslovne mogućnosti.

U samim počecima primjene, digitalno bankarstvo nije bilo usvojeno u zemljama u razvoju, a korisnici koji su imali dostupnost korištenja e-bankarstva nisu bili oduševljeni njegovom funkcionalnošću. Naime, troškovi upotrebe bili su previsoki, a svakodnevna uporaba nije bila dovoljno pojednostavljena. Danas, zahvaljujući društvenom utjecaju i svim dostupnim uvjetima koji nas okružuju, e-banking usluge primjenjuju korisnici svih dobnih skupina. U budućnosti se očekuje da će primjena mobilnog bankarstva još značajnije porasti. Štoviše, pretpostavlja se da će digitalno bankarstvo biti temeljna podloga rješavanja financijskih usluga.³²

Sve najpoznatije banke u Hrvatskoj poput Zagrebačke banke (ZABA), Privredne banke Zagreb (PBZ), Splitske banke, Erste, Raiffeisen i OTP banke, imaju razvijene aplikacije za usluge mobilnog bankarstva koje su dostupne na svim operativnim sustavima. Unutar njih moguće je pronaći sve informacije o karticama, štednji i kreditima, provjeravati stanje i promete svih računa, izvršavati uplate širom svijeta, prebacivati sredstva s jednog osobnog računa na drugi i još mnogo drugih pogodnosti. Sučelje digitalnog bankarstva razumljivog je jezika, odnosno rađeno je prema zahtjevima korisnika što uvelike omogućava jednostavnost i efikasnost uporabe. (Slika 6.)

³² Varma A.: Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective (2018.), Theoretical Economics Letters 8, str. 2922

Slika 6. Ekranski prikaz m-Zaba mobilne aplikacije



Izvor: <https://www.zaba.hr/home/m-zaba-mobilno-bankarstvo> (preuzeto 20. ožujka 2020.)

Uzimajući u obzir rasprostranjenost primjene, e-banking usluge vrlo su pogodne i za trgovanje nekretninama. Velika većina ljudi služi se mobilnim uređajima za pretraživanje različitog sadržaja, pa tako i oglasnike za prodaju nekretnina mogu pregledavati u mobilnom prikazu. Isto tako, financijske uplate između poslovnih subjekata najčešće se odvijaju digitalnim putem. Besmislen je utrošak vremena odlaženja u bankarsku poslovnicu kako bi se izvršila financijska transakcija, s obzirom da se u današnje vrijeme sve može obaviti kratko i jednostavno uslugama mobilnog bankarstva.

3.4. Usluge i pogodnosti intraneta u bankama

U ovoj sekciji govorit će se o pojmu, o funkciji te svim pogodnostima intraneta kako za sektor, tako i za cjelokupnu korporaciju. Drugim riječima, prikazat će se sustav umreženosti svih zaposlenika banke, prednosti intraneta poput objava internih natječaja za poslove unutar banke te sve druge važne obavijesti i informacije.

„Postoje razna definiranja intraneta, međutim najčešće se intranet definira kao privatna, korporativna mreža koja koristi proizvode i tehnologije interneta. Pristup intranetu kontrolira organizacija koja ju je osnovala, a često je ograničen samo na zaposlenike. Povremeno, međutim, dobavljači i kupci također mogu imati pristup dijelovima intraneta. U novije vrijeme intranet je viđen i kao okosnica svake strategije e-trgovine. Također, intranetom se pruža prilika da se iskoriste i primijene relevantni aspekti u kontekstu vlastitog učenja ili učenja radnog okruženja.“³³

Svim bankarskim djelatnicima od izrazite nužnosti jest kontaktiranje ostalih zaposlenika banke u bilo kojem trenutku. Svakoga se trenutka odvija protok informacija između bankarskih djelatnika. Takva komunikacija se vrši putem usluga e-pošte, telefonskim razgovorima, unošenjem aktivnosti u internim programima i aplikacijama i tako dalje. Upravo tu se nalazi prednost postojanja unutarnje mreže korporacije, odnosno intraneta.

Svi zaposlenici banke navedeni su u bazi intraneta, čime svaki zaposlenik na uvid ima sve informacije o preostalim članovima grupe. Neke od tih korisnih informacija su: ime i prezime djelatnika, ime i prezime nadređene osobe, naziv sektora kojem pripada, kontakt broj telefona, e-mail adresa, adresa radnog mjesta, status i pozicija djelatnika u banci i slično.

³³ Blackmore P.: Intranets - a Guide to their Design, Implementation and Management (2010.), Aslib-IMI, str. 6

Slika 7. Fikcionalan prikaz intraneta na primjeru Svjetske banke



Izvor: <https://www.behance.net/gallery/7826733/World-Bank-Intranet-Staff-Connections>

(preuzeto 01. ožujka 2020.)

S obzirom da je intranet unutarnja mreža poduzeća, sve dostupne informacije unutar nj su povjerljive, odnosno strogo je zabranjeno prikazivati ih. Stoga, zadržavajući kriterije generaliziranosti i povjerljivosti, preuzeta je fiktivna ilustracija s web mjesta kako bi se približno prikazao sustav intraneta (Slika 7.). Iako se radi o prividnom ekranskom prikazu naslovne stranice intraneta Svjetske banke, cilj ilustracije je dočarati uobičajeni izgled intraneta banke

pomoću kojeg se primjerice mogu pretraživati informacije svih djelatnika grupacije, pratiti aktualne vijesti iz zemlje i svijeta te mnogi drugi sadržaji.

Osim što zaposlenici lako mogu pronaći druge zaposlenike i biti informirani o ljudima također uz pomoć intraneta mogu steći informacije potrebne za obavljanje svojih poslova. Djelatnici banke mogu pronaći kvalitetne informacije koje će pomoći u obavljanju vlastitog posla, utvrditi relevantnost informacija na temelju vlastitog znanja i stručnosti, pouzdati se u vjerodostojnost informacija, otkriti tko još ima područno znanje te ukoliko su voljni uključiti ih u dijalog.³⁴

Veliku prednost intraneta zaposlenima čine i redovite objave i praćenja internih poslovnih natječaja i to ne samo u Republici Hrvatskoj, već i u cijeloj grupaciji. Opširnije, ukoliko zaposlenik nije zadovoljan trenutnom pozicijom koju obnaša u banci ili pak želi promjenu poslovnog okruženja uvijek može provjeravati bankine otvorene natječaje za poslove, gdje god da se ta otvorena pozicija nalazila.

Pristupanje otvorenom internom natječaju zahtijeva prilaganje životopisa, u kojem pripadnik banke navodi osobne podatke i prijašnja radna iskustva. Interne natječaje banke objavljuju češće nego javne natječaje što znači da prednost pri zaposlenju gotovo uvijek imaju već zaposleni ljudi unutar grupacije. U trenutku kada zaposlenik sazna da je prošao natječaj te nakon što stupi na primljenu novu radnu poziciju, sve informacije o promjeni radnog statusa i mjesta bit će vidljive na stranicama intraneta.

Važno je razumjeti da je intranet, kao i mnogi drugi sustavi, baza na kojoj se mogu razviti još brojne konstrukcije. Iako ima širok opseg svojih funkcija i mogućnosti, intranet dakako ima i neke nedostatke na kojima se konstantno vrše ispravci i poboljšanja kako bi poslužio kao što bolji sustav izučavanja cjelokupne jezgre poduzeća.

„Intranet se ne može smatrati jedinstvenim sustavom niti se njime upravlja u tradicionalnoj paradigmi, već bi ga se trebalo njegovati kao mozaik pokušaja odozdo prema dolje i odozdo prema gore s distribuiranim vlasništvom. To zahtijeva drugačiji menadžerski način razmišljanja u odnosu na mnoge druge vrste IT-a; intranet menadžeri moraju znati kada pustiti i kada kontrolirati distribuciju. Tehnologija je izuzetno atraktivna i obećavajuća, a prvi koraci u implementaciji intraneta mogu biti varljivo jednostavni. Međutim, uspjeh intraneta uključuje

³⁴ Lee Kennedy M., Dysart J.: Intranets for Info Pros (2007.), Information Today Inc., str. 59

složenu interakciju tehnologije i organizacijske prakse kojima je potrebno vrijeme da se uzajamno prilagode i integriraju.“³⁵

Usluge intraneta prethodno spomenute predstavljaju najkorištenije usluge za većinu zaposlenih, poput pretraživanja informacija o djelatnicima banke i praćenja novosti o internim natjecajima. Osim njih, intranet sadrži i brojne druge usluge koje su također korisne, zanimljive i poučne kao što su: brzi pristup portalu za digitalno plaćanje računa, objava publikacija i izučavanje dokumentarnih portala, čitanje vijesti iz kulture, praćenje tečajne liste HNB-a i promjene tečajeva u svijetu te mogućnost uvida u projekte koje banka trenutno organizira.³⁶

Od izrazito velike važnosti je još jedna intranet usluga, a to je tehnička podrška, takozvani *Help Desk* čiji je cilj poboljšati uslugu krajnjih korisnika koji se suočavaju s povremenim prekidima i smetnjama u uslugama mreže. Prekidi su bili općenito uzrokovani kvarovima hardvera ili softvera koji su, ironično, često stvarani ili produženi djelovanjem neiskusnih krajnjih korisnika. Tehnički menadžment poduzeća pomoću kontrolnog stola pregledava sve probleme koje provode stručnjaci kako bi za što manje vremena došlo do „gašenje požara“ i više posvete za održavanjem strateške brige mreže.³⁷

Vrlo često se djelatnici susreću s problemima i zastojima u radu računala ili računalne pomoćne opreme. Problemi koji najčešće nastaju su: blokirani pristup internetskoj mreži, početna prijava u operativni sustav i ostale usputne prijave, prekid u radu fiksne linije, pisača i skenera, nemogućnost slanja i primanja elektroničke pošte i dr. Prijava svih problema moguća je jednostavnim ulaskom u obrazac tehničke podrške u kojem djelatnik navodi područje i opis problema s kojim se susreće (Slika 8.).

³⁵ Dasgupta S.: *Managing Internet and Intranet Technologies in Organizations: Challenges and Opportunities* (2000.), Idea Group Inc (IGI), str. 16

³⁶ prema: PBZ Intranet, <http://pbzintranet/stranice/pocetna.aspx>

³⁷ Abraham D.M., Spangler W.E. i May J.H.: *Expertech: Issues in the Design and Development of an Intelligent Help Desk System* (1991.), University of Pittsburgh, str. 306

Slika 8. Obrazac prijave tehničkog problema službi za korisnike

HDNET ?

PROBLEMI | ZAHTJEVI | SME BHD | ZADACI | EVIDENCIJA Hrvatski ▼

Informatika | DBOR | BHD KFO - LORA

Prijava IKT Službi za korisnike

Podrška Problem u radu

Naslov :

Sadržaj :

Aplikacija (U nastavku obavezno izabrati aplikaciju s popisa)
 Oprema (Radi brže obrade prijave, potrebno je unijeti inventarni broj opreme)
 Ostalo (Prijava karticom, zaporka u aplikaciji, telefonija i sl.)

* Aplikacija :

Oprema :

Napomena :

Datoteka : Nije odabrana niti jedna datoteka.

*** Korisnike koji ne mogu primiti e-mail poruke molimo da u polje Napomena navedu da ih se, po rješnju zadatka, kontaktira putem telefona.

PROBLEMI | ZAHTJEVI | SME BHD | ZADACI | EVIDENCIJA

Izvor: <http://hdnet/default.aspx?menuindex=8> (preuzeto 20. veljače 2020.)

3.5. Popis i opis funkcionalnosti potpornih softvera

“U današnjem poslovnom svijetu, brzi razvoj informacijskih tehnologija olakšava svakodnevno poslovanje tvrtkama u smislu uštede vremena, energije, novca i prostora. Kao što je već ranije spomenuto, digitalizacija poslovanja doprinosi učinkovitosti, pojednostavljuje korištenje brojnih računalnih sustava, mijenja dnevnu rutinu poslovanja te kreira prilike za poslovnim inovacijama. Digitalna transformacija polako zahvaća sve aspekte društva i sve veći broj poduzeća uključuje se u trend „poslovanja bez papira“. Ulaganje u digitalizaciju poslovanja ujedno je i ulaganje u opstanak i konkurentnost na tržištu te više ne predstavlja tržišni trend nego nužnost.“³⁸

Poslovanje sektora za nekretnine potvrđuje sve prethodno navedene činjenice. Operativne funkcije i aktivnosti svedene su na osnovnu razinu rukovođenja za sve pripadajuće zaposlenike sektora u svrhu ubrzavanja i pojednostavljivanja poslovanja. Najčešći izazovi s kojima se sektor susreće, pa tako i mnogi drugi odsjeci, jesu pohrana, upravljanje i distribuiranje velike količine podataka, trajno održavanje pisara i ostalih uredskih uređaja, stalna nabava uredskog materijala i slično.

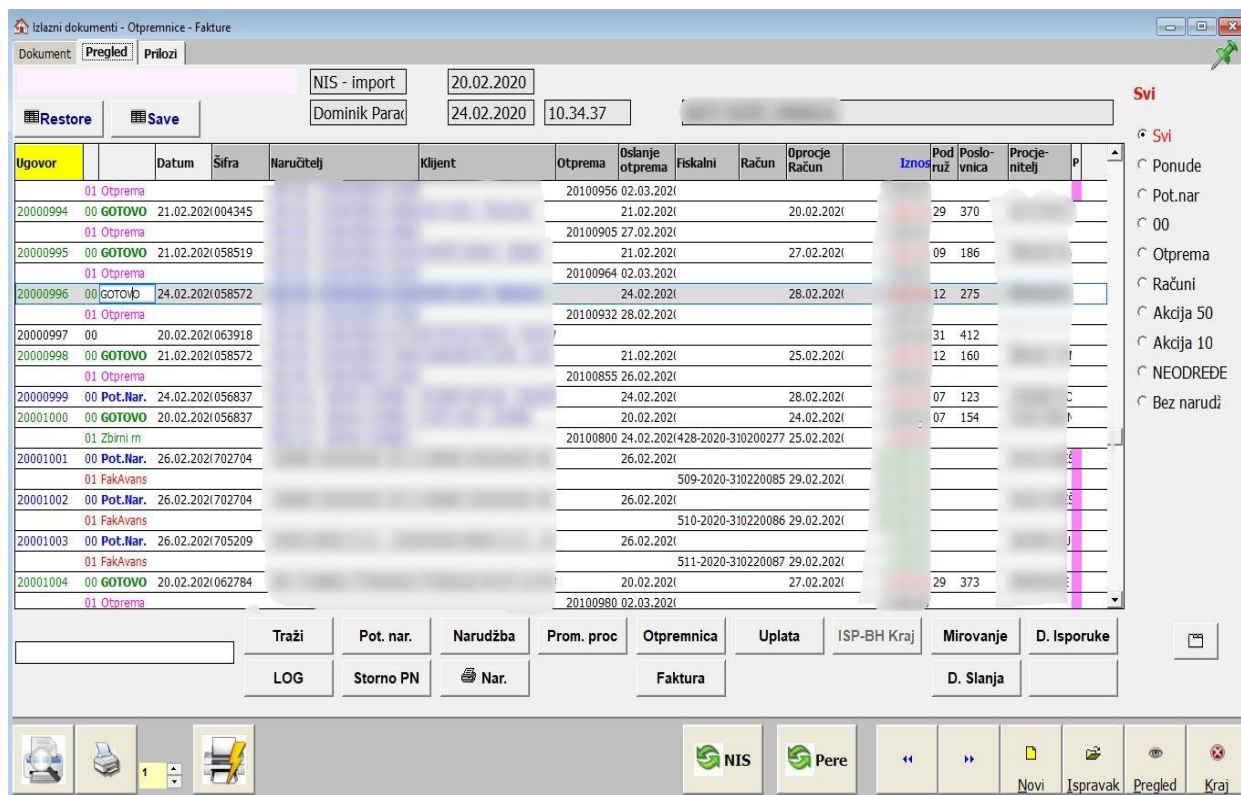
U sektoru nekretnina primarnu poslovnu aktivnost predstavlja procjenjivanje vrijednosti nekretnina. Procjene se izrađuju uz pomoć alata dostupnih unutar Microsoft Office paketa, koje također predstavljaju uobičajenu podlogu izvršavanja poslovnih zadaća u gotovo svim administrativnim kompanijama. U najvećoj mjeri koristi se Microsoft Excel koji služi za unošenje numeričkih varijabli i vrijednosti. Druga Microsoft Office aplikacija je svakako Microsoft Word unutar kojeg se izrađuje razna dokumentacija, od zemljišnoknjižnih izvadaka do naloga klijenata, koju osobni bankari šalju sektoru nekretnina na uvid. Za pregledavanje svih dokumenata koristi se PDF Reader, koji je često i alternativa Microsoft Wordu. Ukoliko se radi samo o načinu čitanja bez opcije uređivanja sadržaja, tada se primjenjuje PDF Reader.

Također, unutar sektora razvijene su i ostale autentične aplikacije primijenjenog sučelja isključivo za poslovanje sektora. Primjerice, Privredna banka Zagreb koristi aplikaciju Binar koja služi kao baza podataka svih procjena u kojoj je moguće vidjeti sve pristigle naloge, zahtjeve i stanja svih obrađenih procjena. Binar je popraćen izvornom web aplikacijom,

³⁸ prema: Minimax.hr, <https://www.minimax.hr/blog-zasto-uloziti-digitalizaciju-poslovanja/>

kreiranom pomoću Evolution Framework alata putem kojeg se izrađuju poslovne aplikacije kompanije. Aplikacija je uvedena inovativno, kao reakcija na veliki broj zahtjeva za procjenama stanovništva, kako bi se pristigli zahtjevi što brže obradili. S ciljem pobližeg upoznavanja funkcionalnosti i usklađenosti navedenih potpornih softvera, u nastavku su dostupni ekranski prikazi.

Slika 9. Ekranski prikaz aplikacije Binar – pregled procjemenih dokumenata



Izvor: aplikacija Binar, izrada autora (preuzeto 15. ožujka 2020.)

Na Slici 9. vidljiv je prikaz svih izlaznih dokumenata. Svaki dokument originalan je po svom ugovornom broju i šifri, a po stupcima je moguće pregledavati najvažnije značajke dokumenta poput: statusa izrade, imena naručitelja (može biti banka ili fizička osoba), imena klijenta, datuma pristizanja zahtjeva, datuma završavanja predmeta, vrijednosti procjene, broja bankarske poslovnice u kojoj je nalog izdan te imena procjenitelja koji je izvršio procjenu.

Slika 10. Ekranski prikaz aplikacije Binar – pregled zahtjeva

Ugovor	Xls	Ver	Datum	Ime i prezime djelatnika podružnice	Ime i prezime podnos. zahtjeva za kredit	Procjenitelj	Datum slanja	Datum procjene	Iznos procjene	Podruž	Poslovnica	UF-a	Poziv
20001383		<input checked="" type="checkbox"/>	02.03.2020	450-VAL	PODRUŽNICA VALPOV	ROLIN STJEPAN	02.03.2020	02.03.2020		35	Kraja P. Kr		49082
20001384		<input type="checkbox"/>	02.03.2020				02.03.2020			19	Prvomajska		49082
20001385		<input type="checkbox"/>	02.03.2020		PODRUŽNICA VALPOV		02.03.2020			35	Trg Svetog		49082
20001386		<input checked="" type="checkbox"/>	02.03.2020	190-OSJEK	PODRUŽNICA OSDEK		02.03.2020	02.03.2020		12	Kapucinska		49082
20001387		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	110-KUTINA	PODRUŽNICA KUTINA		28.02.2020			31	Kolodvorske		49082
20001388		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	171-ŽUPA	PODRUŽNICA OSDEK		28.02.2020			12	Jospa Jurja		49082
20001389		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	433-BEL	PODRUŽNICA OSDEK		28.02.2020			12	Trg slobode		49082
20001390		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	18	REGIJA ZAGREB, ZA		02.03.2020			07	Trg Petra P		49082
20001391		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	56-ZAGRE	REGIJA ZAGREB, ZAG		02.03.2020			07	Sarajevska		49082
20001392		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	150-VALPO	PODRUŽNICA VALPOV					35	Kraja P. Kr		49082
20001393		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	18	REGIJA ZAGREB, ZA		02.03.2020			07	Trg Petra P		49082
20001394		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	05-POŽI	PODRUŽNICA SLAVON		02.03.2020			30	Ulica Pape I		49082
20001395		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	-ZABOK	PODRUŽNICA KRAPIN		28.02.2020			21	Ulica Matije		49082
20001396		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	18	REGIJA ZAGREB, ZA		02.03.2020			07	Trg Petra P		49082
20001397		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	211-ZA	PODRUŽNICA ZADAR		02.03.2020			17	Zagrebačka		49082
20001398		<input type="checkbox"/>	02.03.2020	157-SV	PODRUŽNICA BJELOV		02.03.2020			36	Trg Ante S		49082
20001399		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	451-DON	PODRUŽNICA VALPOV		28.02.2020			35	Trg A. Star		49082
20001400		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	-ZABOK	PODRUŽNICA KRAPIN		02.03.2020			21	Ulica Matije		49082
20001401		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	ZAGREB	AMBENA ŠTEDIONICA D.		28.02.2020			07	Trg Petra P		49082
20001402		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	276-PORE	AMBENA ŠTEDIONICA D.		28.02.2020			19	Prvomajska		49082
20001403		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	, ZAG	TOR ZA NAPLATU POT		28.02.2020						
20001404		<input type="checkbox"/>	28.02.2020	, ZAG	TOR ZA NAPLATU POT		28.02.2020						

Izvor: aplikacija Binar, izrada autora (preuzeto 15. ožujka 2020.)

Slika 10. dočarava sličan pregled procjembjenih dokumenata kao Slika 9., međutim ovdje se konkretno radi o pregledu pristiglih zahtjeva. Također se mogu vidjeti pojedini predmeta kao što su: ime djelatnika poslovnice koji je izdao nalog za procjenom, adresa poslovnice na kojoj se isti nalazi, svi relevantni datumi vezani uz procjenu i slično. Ključnu rolu u prozoru sa zahtjevima ima polje s oznakom „Ver“, što označava status verifikacije dokumenta. Ukoliko je dokument verificiran, to znači da je predmet završen te da su podaci o procjeni poslani u poseban sustav kojim upravljaju osobni bankari i menadžeri za odnose s klijentima.

Slika 11. Ekranski prikaz web aplikacije – pregled elaborata

#	Broj procjene	Broj narudžbe	Mentor / Procjenitelj	Vrsta	Naručitelj	Klijent	Adresa	Status	Datum procjene	Iznos procjene
1	A19000924/00	10000001070		visokuprizemna stambena				Uplata nije izvršena	00.12.2109	92 EUR
3	A19000423/00	100000011070		kuća				Uplata nije izvršena	04.02.2109	92 EUR
4	A19000423/00	100000011070		kuća				Uplata nije izvršena	04.02.2109	92 EUR
5	A19007892/00	- nije definirano -		Poslovni prostor - lokali				Uplata nije izvršena	31.12.2020	68 EUR
6	A201000536/00	100000016744		stan				5. Izrada Uplata nije izvršena	03.03.2020	02 EUR
7	A201000451/00	100000016520		stan				7. Kontrola Uplata nije izvršena	03.03.2020	21 EUR
8	A201000523/00	100000016733		stan				5. Izrada Uplata nije izvršena	03.03.2020	45 EUR

Izvor: izvorna web aplikacija, izrada autora (preuzeto 15. ožujka 2020.)

Osim što zahtjevi za procjenama pristižu u Binar aplikaciji, dio naloga bankari dostavljaju putem web aplikacije. U aplikaciji se također svaka procjena označava vlastitim brojem te brojem izdane narudžbe. Slično kao u Binaru, moguće je pregledavati obilježja svakog predmeta (Slika 11.). Prednost aplikacije u odnosu na Binar jest ta što po završetku odrađene procjene, istoga trenutka se putem elektroničke pošte osobni bankar obavještava o završetku predmeta, što bankarima omogućava brzi uvid u predmet te mogućnost ugovaranja kredita s klijentom u najkraćem roku. Također, nakon što je predmet odrađen, podaci o procjeni se distribuiraju u Binar, s obzirom da je Binar temeljna aplikacija iz koje se vrši daljnji prijenos podataka bankarima i menadžerima. Detaljnije objašnjenje donosi tekst u nastavku.

Slika 12. Ekranski prikaz aplikacije Binar - usklađenost s web aplikacijom

BINAR broj	NIS broj	PERE broj	Otvoren	BINAR Status	Pla PBZ	Pla KLI	Pla čeno	PN	Proc	Nar proc	--> NIS	Otp	Pl-> pere	NIS Nar	PERE Nar	Akt	Proc	<- Pod	Miro vanje	--> NIS	Kraj	Stor	Za obradu
20001444	100000016826		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001445	100000016827	A201000583/0/02.03.2020												02.03	02.03	02.03	02.03						<input checked="" type="checkbox"/>
20001446	100000016829	A201000582/0/02.03.2020												02.03	02.03	02.03							<input checked="" type="checkbox"/>
20001448	100000016830	A201000586/0/02.03.2020												02.03	02.03	02.03							<input checked="" type="checkbox"/>
20001449	100000016831		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input checked="" type="checkbox"/>
20001450	100000016832	A201000585/0/02.03.2020												02.03	02.03	02.03	02.03						<input checked="" type="checkbox"/>
20001455	100000016788		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001456	100000016834		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001457	100000016835		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001458	100000016836		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001459	100000016839		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>
20001460	100000016842		02.03.2020	Pot.Nar.				02.03		02.03				02.03									<input type="checkbox"/>

02.03.2020 09:58:16 - NIS : Otvoren elaborat
 02.03.2020 13:01:01 - : Potvrda narudžbe
 02.03.2020 13:09:09 - : Procjenitelj : 000000- ,
 02.03.2020 13:09:09 - : Mentor : - -->
 02.03.2020 14:22:06 : Otvorena narudž.: 20501359 Procjenitelj :

20000926/00

Traži Pot. nar. Narudžba Prom. proc Otpremnica Makni VER ?STATUS UPL>>PERI
 LOG Storno PN Nar. Mirovanje Storno >>NIS ?PODACI

NIS Pere << >> Novi Ispravak Pregled Kraj

Izvor: aplikacija Binar, izrada autora (preuzeto 15. ožujka 2020.)

Kao što je prethodno navedeno, prijenos podataka je najvažnija stavka po završetku svakog predmeta. Podaci procjene u web aplikaciji najprije se distribuiraju u Binar aplikaciju, a potom se ti isti podaci iz Binar aplikacije transferiraju prema takozvanom NIS registru, softveru kojim rukovode osobni bankari. Za usklađenost podataka web aplikacije s Binar aplikacijom ključnu ulogu ima funkcija prenošenja podataka između dviju aplikacija, odnosno prozor takozvane komunikacije dostupan u Binaru (Slika 12.). Opširnije, funkcija se naziva „Komunikacija“ s obzirom na to da po završetku procjene koja je izrađena unutar web aplikacije, podaci o procjeni se mogu pregledavati kako u web aplikaciji, tako i u Binar aplikaciji.

4. ANALIZA RASTUĆE POTRAŽNJE ZA NEKRETNINAMA U HRVATSKOJ

Sljedeće poglavlje usmjereno je na analizu trenda ekspanzivne potražnje za nekretninama u Republici Hrvatskoj. Govorit će se o standardnim postupcima potražnje za nekretninama, o problemu naglog rasta cijena stambenih objekata, o tome kako država pripomaže mladim ljudima pri kupnji prve nekretnine te o interesima stanovništva pri potražnji za nekretninama koji će biti demonstrirani pomoću anketnog istraživanja.

4.1. Procesi potražnje za nekretninama

Kada se govori o procesima potražnje za nekretninama, zapravo se govori o uobičajenim postupcima potražnje koji prethode konačnoj kupnji određene nekretnine. Postupci najčešće obuhvaćaju sljedeće korake:

1. praćenje ponude nekretnina u oglasima i odabir iste (oglasi različitih banaka, web oglasnici, oglasnici u tiskovinama...)
2. provjera dokumentacije nekretnine (izvadak iz zemljišne knjige, građevinska dozvola ili neki alternativni dokaz za građenje, uporabna dozvola te energetska certifikat)
3. provjera kreditne sposobnosti u banci
4. procjena vrijednosti nekretnine
5. potpisivanje ugovora o kupoprodaji
6. upisivanje vlasništva te
7. ispunavanje porezne prijave Poreznoj upravi

“Opširnije, pri kupnji nekretnine obavezno je provjeriti vlasništvo upisano u zemljišnoj knjizi općinskog suda na području na kojem se nekretnina nalazi te od vlasnika nekretnine zatražiti svu dokumentaciju o zgradi i zemljištu koje vlasnik posjeduje te energetska svojstva zgrade. Ukoliko se radi o kupnji stana u izgradnji, investitor mora predložiti izvršnu/pravomoćnu građevinsku dozvolu ili drugi odgovarajući akt za građenje.”³⁹ Pored prilaganja građevinske dozvole, jednake važnosti je i uporabna dozvola koja se ne može dobiti ako je prethodno došlo do odstupanja od uvjeta gradnje propisanih građevinskom dozvolom. Kupac provjerava vlastitu kreditnu sposobnost s osobnim bankarom, odnosno visinu kredita koju može dobiti od banke.

Nadalje, procjenu nekretnine vrše ovlaštene procjenitelji te nakon izrade procjene kupac dogovara kredit s bankom. U ugovoru o kupoprodaji nekretnina najčešće se navodi dan kad je nekretnina predana kupcu, a mora postojati i garancija u kojoj prodavač ističe da ne postoje nikakva prava treće osobe. “Pri upisu vlasništva, pravo vlasništva nekretnine na temelju ugovora o kupoprodaji ne stječe se automatski nego upisom u zemljišne knjige. Kupnju stambenog objekta potrebno je u roku od 30 dana od nastanka porezne obveze, odnosno potpisivanja kupoprodajnog ugovora, prijaviti ispostavi Porezne uprave na području gdje se nalazi nekretnina. Stopa poreza na promet nekretnina je 3% od tržišne vrijednosti nekretnine u trenutku njezina stjecanja.”⁴⁰ Slikoviti prikaz i dodatna pojašnjenja dostupni su na sljedećim fotografijama.

³⁹ prema: Središnji državni portal,
<https://gov.hr/moja-uprava/stanovanje/kupnja-prodaja-i-najam-nekretnine/kupnja-nekretnine/155>

⁴⁰ *Ibid.*

Slika 13. Ponuda nekretnina u vlasništvu Zagrebačke banke

The screenshot shows the Zane real estate search interface. At the top, there is a navigation bar with the Zane logo and menu items: PONUDA NEKRETNINA, PROCJENE NEKRETNINA, OSTALE USLUGE, and VIJESTI S TRŽIŠTA. Below this is a search filter section with five dropdown menus: VRSTA PONUDE, NAMJENA NEKRETNINE, TIP NEKRETNINE, LOKACIJA NEKRETNINE, and GRADSKA ČETVRT. A button labeled 'OTVORI PROŠIRENU PRETRAGU' is located below the filters. The search results section is titled 'SORTIRAJTE: NAJNOVIJE' and 'PREGLED:'. It displays four property listings, each with a 'PRODAJA' tag, a photo, a title, location, ID, and area.

VRSTA PONUDE	NAMJENA NEKRETNINE	TIP NEKRETNINE	LOKACIJA NEKRETNINE	GRADSKA ČETVRT
Odaberite	Odaberite	Odaberite	Odaberite	Odaberite

OTVORI PROŠIRENU PRETRAGU

SORTIRAJTE: NAJNOVIJE

PREGLED:

PRODAJA	PRODAJA	PRODAJA	PRODAJA
Donji Kraljevec zemljište_hladnjača	Nova cesta_B_S04	Nova cesta_B_S03	Nova cesta_B_S02
Donji Kraljevec, Kolodvorska 76	Zagreb, Nova cesta 30	Zagreb, Nova cesta 30	Zagreb, Nova cesta 30
ID: 0AA4606 Površina: 7.243,00 m ²	ID: 0AA4591 Površina: 77,87 m ²	ID: 0AA4590 Površina: 78,53 m ²	ID: 0AA4589 Površina: 77,52 m ²
€	€	€	€

Izvor: <https://www.zane.hr/ponuda-nekretnina/> (preuzeto 03. ožujka 2020.)

Slika 13. prikazuje standardnu potražnju za nekretninama i pregled ponude na primjeru Zagrebačke banke. Kupac odabire ponuđene karakteristike nekretnine koje ga zanimaju te po završetku odabira svih kriterija dobiva rezultate pretrage na uvid. Ukoliko nije naišao ni na jednu nekretninu koja bi zadovoljila njegove kriterije, uvijek može potražiti ponude nekretnina drugih banaka ili oglasnika.

Slika 14. Pretraživanje ponude stanova putem web oglasnika


The screenshot shows the 'Prodaja stanova' (Apartment Sale) section on the Njuškalo.hr website. The left sidebar contains filters for 'Županija' (County), 'Grad/Općina' (City/Municipality), 'Naselje' (Settlement), 'Cijena (ukupna cijena u EUR)' (Price), 'Stambena površina (u m²)' (Living Area), 'Tip stana' (Apartment Type), 'Broj etaža' (Number of Floors), 'Broj soba' (Number of Rooms), 'Balkon/Loda/Terasa' (Balcony/Patio/Terrace), and 'Podaci o objektu' (Object Data). The main content area shows a grid of apartment listings, including 'ZAGREB - VRAPČE - 4S PENTHOUSE S POGLEDOM! APN U 3MJ!', 'Stan Premantura, S26, novogradnja', and 'Knezija, stan u luksuznoj zgradi s liftom, 32 m2'. The page also displays the number of listings (47093) and sorting options (Sortiraj Najnoviji).

Izvor: <https://www.njuskalo.hr/prodaja-stanova> (preuzeto 03. ožujka 2020.)

Kao što banke nude i prodaju svoje nekretnine krajnjim korisnicima, tako i web oglasnici čine velikog ponuđača nekretnina na tržištu. Oglasnici čine glavne konkurente bankama u prodaji nekretnina, a najpoznatiji od njih je svakako Njuškalo.hr (Slika 14.). U Hrvatskoj postoje još mnogobrojni oglasnici za nekretnine poput: Crozilla.com, GoHome.hr, Oglasnik.hr, Nekretnine365.com, Ekvadrat, In-Nekretnine.com, Index Oglasi, Century 21 Hrvatska i drugi.

Slike u nastavku donose prikaze dokumentacije koju je potrebno dostaviti kao potvrde o ispravnosti nekretnine. Energetski certifikat sadrži opće energetske podatke o zgradi (grijanje, stolarija, kvaliteta zidova, klima...), dok ZK izvadak služi kao dokaz o upisu vlasništva u zemljišnu knjigu.


Slika 15. Energetski certifikat stambene zgrade

 <p>prema Direktivi 2002/91/EC</p>	Zgrada <input type="checkbox"/> nova <input type="checkbox"/> postojeća		
	Vrsta zgrade K.č. k.o. Adresa Mjesto Vlasnik / investitor Izvođač Godina izgradnje		
Energetski certifikat za stambene zgrade	Q[*]H_{nd,ref}	kWh/(m²a)	Izračun
	A+	≤ 15	
	A	≤ 25	
	B	≤ 50	
	C	≤ 100	C
	D	≤ 150	
	E	≤ 200	
	F	≤ 250	
G	> 250		
Podaci o osobi koja je izdala energetski certifikat			
Ovlaštena fizička osoba Ovlaštena pravna osoba Imenovana osoba RegistarSKI broj ovlaštene osobe Broj energetskog certifikata Datum izdavanja/rok važenja Potpis			
Podaci o zgradi			
A _k [m ²] V _z [m ³] f ₀ [m ⁻¹] F _{z,0,ag} [W/(m ² K)]			

Izvor: Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja (preuzeto 09. ožujka 2020.)

Slika 16. Izvadak iz zemljišne knjige

NESLUŽBENA KOPIJA


REPUBLIKA HRVATSKA
 Općinski građanski sud u Zagrebu
ZEMLJIŠNOKNJIZNI ODJEL ZAGREB
 Stanje na dan: 02.10.2017. 23:31

Verificirani ZK uložak
Broj ZK uložka: 25397

Katastarska općina: [redacted]

Broj zadnjeg dnevnika: Z-56198/2013
Aktivne plombe: Z-6345/2012, Z-2274/2014, Z-2652/2014, Z-620/2017

IZVADAK IZ ZEMLJIŠNE KNJIGE

A
Posjedovnica
PRVI ODJELJAK

Rbr.	Broj zemljišta (kat. čestice)	Oznaka zemljišta	Površina			Primjedba
			jutro	čhv	m2	
1.	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	[redacted]	Pripis iz uložka 901
UKUPNO:						

B
Vlastovnica

Rbr.	Sadržaj upisa	Primjedba
[redacted]	[redacted]	[redacted]

C
Teretovnica

Rbr.	Sadržaj upisa	Iznos	Primjedba
Tereta nema!			

Potvrđuje se da ovaj izvadak odgovara stanju zemljišne knjige na datum 02.10.2017.

Izvor: Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja (preuzeto 09. ožujka 2020.)

Slika 17. Cjenik usluga za procjene nekretnina – PBZ Nekretnine



Zagreb, Radnička cesta 42 www.pbz-nekretnine.hr
 tel: +3851/6363631 info@pbz-nekretnine.hr
 fax: +3851/6363660 pbz.nekretnine@pbz.hr

Vrsta nekretnine	Procjena	Površina	netto	(s PDV-om)
stan	procjena	do 59,99 m ²	1200	1500
		60 do 99,99 m ²	1300	1625
		iznad 100 m ²	1400	1750
obiteljska kuća	procjena	1 stambena etaža	1600	2000
		2 st. etaže	1800	2250
		3 st. etaže	1900	2375
		svaka dodatna etaža ili pomoćni objekt + 100 kn	+100	+125
zemljište za obiteljsku kuću	procjena	do 700 m ²	1400	1750
		iznad 701	1600	2000
zemljište za komercijalnu gradnju	procjena	nakon ponude - 0,5% od vrijednosti zemljišta	min 2000 max 20000	min 2500 max 25000
poslovni prostori - etažirani	procjena	do 59,99 m ²	1.300,00	1.625,00
		60 do 99,99 m ²	1.600,00	2.000,00
		preko 100 m ² do 2000 m ²	1600 kn+ 3 kn/m ² preko 100m ²	2.000 kn+ 3,75 kn/m ² preko 100 m ²
		npr 500 m ²	2.800,00	3.500,00
		2000 do 10000 m ²	7300 kn + 1,5 kn/m ² preko 2000m ²	9.125 + 1,875 kn/m ² preko 2000m ²
		npr 5000 m ²	11.800,00	14.750,00
		preko 10000 m ²	19300 kn + 0,75kn/m ² preko 10000m ²	24.125 + 0,9375 kn/m ² preko 10000 m ²
npr 20000 m ²	26.800,00	33.500,00		
ostali posl.prostori i objekti	procjena	do 100 m ²	2.000,00	2.000,00
		100 do 2000 m ²	1600 kn+ 3 kn/m ² preko 100m ²	2.000 kn+ 3,75 kn/m ² preko 100 m ²
		npr 1000 m ²	4.300,00	5.375,00
		2000 do 10000m ²	7.300 kn + 2 kn/m ² preko 2000 m ²	9.125 kn + 2,50 kn/m ² preko 2000 m ²
		npr 5000 m ²	13.300,00	16.625,00
		preko 10000 m ²	23.300 + 1 kn/m ² preko 10000 m ²	29.125 + 1,25 kn/m ² preko 10000 m ²
		npr 20000 m ²	33.300,00	41.625,00
npr 40000 m ²	53.300,00	66.625,00		
REVIZIJA			70% od cijene procjene	

Uvjeti za reviziju: Postoji procjena sudskog vještaka ne starija od 2 god.
 Postoji procjena PBZ Nekretnina ne starija od 4 god.
 Da je prethodna procjena usklađena sa zakonom o procjenama nekretnina

Izračun vrijednosti investicije za izračun LTC-a	Dodatak na cijenu procjene - u skladu s visinom investicije	+ (2000 do 5000 kn)	+ (2500 do 6250 kn)
Provjera prihvatljivosti i opravdanosti troškovnika	Dodatak na cijenu procjene - u skladu s visinom investicije	+ (2000 do 5000 kn)	+ (2500 do 6250 kn)

Izvor: <https://www.pbz-nekretnine.hr/> (preuzeto 03. ožujka)

Slika 17. prikazuje cjenik usluge procjenjivanja nekretnina. Glavni faktori koji determiniraju cijenu procjene su vrsta i veličina stambenog/poslovnog objekta ili zemljišta. Stanovništvo RH najviše potražuje izrade procjena stanova i obiteljskih kuća. S druge strane, poduzeća redovito (najčešće na godišnjoj razini) vrše procjene svojih poslovnih prostora i zemljišta u svrhu praćenja tijeka kretanja vrijednosti vlastitih objekata radi knjigovodstvenih i poreznih obveza.

Slika 18. Prikaz zahtjeva za procjenom nekretnine – PBZ Nekretnine

 **PBZ CARD** **NEKRETNINE**

Kontakt: Sektor za nekretnine
Zagreb, Radnička cesta 42 www.pbz-nekretnine.hr
[tel:+3851/6363631](tel:+38516363631) e-mail: procjene@pbz-nekretnine.hr

ZAHTEV : br. _____ / 2020. Procjenitelj _____
(broj elaborata) (ime i prezime)

NARUČITELJ PROCJENE

ime i prezime ili naziv tvrtke : _____
adresa i pošt. broj : _____
OIB : _____
kontakt telefoni : _____
kontakt osoba : _____
e – mail : _____

Molim vas, izvršite * : procjenu nekretnine, _____ *(zaokružite potrebno)
reviziju procjene nekretnine – broj elaborata: _____

Namjena procjene : _____

Kredit rješavam u sljedećoj podružnici / poslovnici _____
kod menadžera: _____

vrsta nekretnine: _____
adresa nekretnine: _____

U _____ datum _____ Naručitelj: _____

Popunjava: SEKTOR ZA NEKRETNINE
Cijena usluge iznosi _____ kn + 25% PDV _____ kn = _____ kn

Molimo uplatite navedeni iznos na transakcijski račun HR5123400091511048239 PBZ CARD d.o.o.,
poziv na broj _____ /20 (upisati br. zahtjeva).

Za PBZ CARD d.o.o.

Napomena:
Potpisom ovog zahtjeva Naručitelj potvrđuje da je upoznat s Informacijom PBZ Cards o zaštiti osobnih podataka u poslovanju s nekretninama koja je dostupna na internetnoj stranici www.pbz-nekretnine.hr, te svojevrijedno daje osobne podatke potrebne za izradu ponude i procjene nekretnine. Izrađeni elaborat može služiti kao podloga za traženi kredit, odnosno različite zahtjeve kod financijskih institucija. PBZ Card ne preuzima nikakvu financijsku ili bilo kakvu drugu odgovornost ako Naručitelj odustane od zahtjeva ili ne dobije traženi kredit.

PBZ Card d.o.o. za poslovanje kreditnim karticama, putnička agencija, Radnička cesta 44, 10000 Zagreb, telefon 01/612 44 22, faks 01/611 98 51, www.pbzcard.hr.
Društvo upisano u registar trgovačkog suda u Zagrebu, pod br. 080258669, OIB 2840589537; IBAN: HR51 2340 0091 5110 4823 9 kod Privredne banke Zagreb d.d., SWIFT PBZGHR2X, iznos temeljnog kapitala: 43.422.200,00 kn uplaćen u cjelosti. Uprava Društva: Mislav Blažić (predsjednik Uprave) i Mario Jurčić (dan Uprave). Predsjednik Nadzornog odbora: Dinko Ljutić.

PBZ Card je član PBZ Grupe

Izvor: <https://www.pbz-nekretnine.hr/> (preuzeto 03. ožujka)

Pri sklapanju stambenog kredita, klijent u prisutnosti osobnog bankara ili menadžera za odnose s klijentima ispunjava nalog za izradu procjene nekretnine. Potom bankar ili menadžer elektroničkim putem dostavlja važeću dokumentaciju o nekretnini i ispunjeni nalog klijenta sektoru za nekretnine te proces izrade procjene može započeti. Evaluacija nekretnine može se obaviti u svega nekoliko dana. Ukoliko klijent direktno zahtijeva procjenu bez posredništva

banke, tada samostalno ispunjava zahtjev za izradom procjene (Slika 18.). U zahtjevu navodi svoje osobne podatke i podatke o nekretnini za koju traži procjenu vrijednosti te ga dostavlja izravno sektoru za nekretnine.

4.2. Uzroci povećanja cijena nekretnina u Republici Hrvatskoj

S ekonomskog aspekta, Republiku Hrvatsku nekoliko godina prati negativan trend povećanja cijena stambenih objekata. Poblizje praćenje cijena nekretnina na tržištu pokazuje da cijene već dugo ponuđenih stanova, čak i dulje od jedne godine, suprotstavljaju se logici. Drugim riječima, cijene takvih stanova se povećavaju, a isto tako i cijene navedene u oglasnicima razlikuju se po agencijama koja ih je stavila na oglasnik. Analiza kretanja cijena na tržištu itekako je važna za državnu ekonomiju jer promjene cijena stambenih nekretnina izravno utječu i na ukupnu gospodarsku aktivnost.

„Osim što djeluje na stanovništvo, cijena stambene imovine bitna je i za financijsku stabilnost zemlje – nekretnine su, naime, tipičan kolateral pri zaduživanju poduzeća i stanovništva kod poslovnih banaka i utječu na visinu kreditnog rizika kojeg banke prihvaćaju. Viša razina cijena prelijeva se u višu vrijednost kolaterala pa se u razdoblju rasta cijena olakšava kreditiranje te raste potražnja za kreditima kod zajmoprimatelja s jedne strane, ali i ponuda kredita od strane zajmodavatelja s druge strane. Vrijedi i obratno, smanjenje cijena utječe na pad vrijednosti kolaterala što negativno utječe na otpornost zajmoprimatelja i rast vjerojatnosti neispunjavanja obveza i potencijalnih gubitaka u financijskom sektoru, slabeći time gospodarske uvjete i povećavajući kreditni rizik kod zajmodavatelja.“⁴¹

„Postoji mnogo razloga za rast cijena nekretnina, a prvi i osnovni razlog jest lokacija nekretnine. Lokacija nekretnine nezaobilazan je čimbenik u analizama stambenog tržišta. U velikom broju analiza pokazao se kao značajan čimbenik koji oblikuje cijenu stambenog prostora. Funkcije ponuđene rente koje datiraju još iz devetnaestog stoljeća preteča su teorije povezanosti cijene

⁴¹ Kunovac D., Kotarac K.: Cijene stambenih nekretnina u Hrvatskoj (2019.), Pregledi P-41, Hrvatska narodna banka, str. 1

stambenog prostora s njegovom lokacijom. Te funkcije su razlike u cijenama zemljišta objašnjavale različitom udaljenošću od središta potražnje.“⁴²

“Isto tako, jedan od razloga naglog povećanja cijena nekretnina jest napuhivanje cijena nekretnina u SAD-u. Naime, 2008. godine došlo je do svjetske gospodarske krize, koja se zbog prelijevanja s jednog tržišta na drugo prelila i na gospodarstvo Hrvatske. Financijska kriza u Republici Hrvatskoj pojavila se zbog navedenog prelijevanja, odnosno domino učinka iz okruženja. Robna razmjena hrvatskoga gospodarstva s članicama EU-a čini oko 60 % njezine sveukupne razmjene. Zbog rastućih troškova zaduživanja, gospodarska aktivnost u Republici Hrvatskoj počela se smanjivati polovicom 2008. godine. Trend pada je do kraja godine jačao, a početkom 2009. godine započelo je razdoblje velike recesije.“⁴³

„Cijene nekretnina određuju i zakoni o porezima. Na promete nekretnina, gdje se kao isporučitelji pojavljuju obveznici u sustavu poreza, na dodanu vrijednost plaća se porez na dodanu vrijednost (PDV) po poreznoj stopi od 25% na cijenu nekretnine, a sve u skladu sa Zakonom o porezu na dodanu vrijednost. U tom slučaju kupac ne plaća porez na promet nekretnina. Bez obzira na to, činjenica da ga investitor koji je obveznik PDV-a mora platiti za svoju investiciju, znači da će investitor povisiti prodajnu cijenu nekretnine, a krajnji kupac će platiti nastalu obavezu.“⁴⁴

“Prema najrelevantnijem portalu za oglašavanje nekretnina, Njuškalo.hr, stanovi koji se prodaju na području RH su sljedećih prosječnih razina cijena: Grad Zagreb 1.986 EUR/m², Zadarska županija 2.042 EUR/m² (Zadar 2.134 EUR/m²), Splitsko-dalmatinska 2.436 EUR/m² (Split 2.796 EUR/m²), Dubrovačko-neretvanska 2.966 EUR/m² (Dubrovnik 3.828 EUR/m²), Šibensko-kninska 1.864 EUR/m² (Šibenik 1.499 EUR/m²), Istarska 1.830 EUR/m² (Umag 2.080 EUR/m²). Očekivano najniže cijene stanova po kvadratnom metru su na području Slavonije, a najniže su približno 685 EUR/m², u Vukovarsko-srijemskoj županiji.“⁴⁵

⁴² Slišković T., Tica J.: Prostorna elastičnost traženih cijena stanova na stambenom tržištu grada Zagreba (2016.), Ekonomska misao i praksa, Izvorni znanstveni rad, str. 5

⁴³ Prohaska, Z., Olgic Draženović, B., Suljić, S.: Uloga banaka u recesiji hrvatskog gospodarstva (2010.), Hrvatska financijska tržišta i institucije u procesu uključivanja u EU, br. 081 -0811, 403-1411, str. 208

⁴⁴ prema: Narodne novine, <https://www.zakon.hr/z/1455/Zakon-o-porezu-na-dodanu-vrijednost>

⁴⁵ Njuškalo.hr oglasnik: Prosječne cijene, <https://www.njuskalo.hr/nekretnine>

Deutsche Welle, portal za istraživanje aktualnih tema u svijetu, donosi istraživanje o uzrocima nastajanja cjenovnog balona nekretnina. Ističu se tri interesantna efekta povećanja cijena nekretnina na hrvatskom tržištu.

“Prvi fenomen je taj da ljudi ne vole gubiti novac, stoga riskiraju s višim cijenama i nemogućnošću da prodaju nekretninu samo kako ne bi doživjeli osjećaj gubitka, iako je taj gubitak ustvari subjektivan (u odnosu na ono što su si oni sami zacrtali), a ne mora biti i objektivan (u odnosu na objektivnu cijenu nekretnine). Pritom se često zanemaruje i cijena takvog „kockanja“, odnosno ono što se propustilo zbog toga što se nekretnina još uvijek nije pretvorila u likvidan novac i postavlja se pitanje je li novac, za vrijeme čekanja, mogao biti investiran kvalitetnije nego da stoji „zarobljen“ u nekretnini.“⁴⁶

“Drugi fenomen fokus stavlja na socijalno uspoređivanje, a to je da su ljudi socijalna bića i većinu informacija bitnih za preživljavanje i uspjeh u životu dobivaju od drugih ljudi iz okoline. Ljudi su izrazito skloni zaključke o svom statusu ili stanju izvoditi iz usporedbe s drugima. Stoga, nije čudno da ljudi onda cijene svojih nekretnina formiraju prema tome kako su drugi cijenili svoje nekretnine pri čemu nastaje takozvani „balon cijena“.“⁴⁷

“Treći efekt, tzv. „efekt posjedovanja“, kaže da neki ljudi precjenjuju svoje nekretnine čisto iz razloga da ljudi jednostavno više vrednuju neku stvar samo zato što je u njihovom vlasništvu. Efekt posjedovanja najbolje se ilustrira primjerom istraživanja u kojem su korištene šalice za kavu. Polovici ljudi koji su pozvani na istraživanje poklonjena je posebna šalica za kavu, a polovici nije. Njihov zadatak bio je samo procijeniti koliko vrijedi ta šalica – oni kojima je šalica poklonjena procjenjivali su njezinu vrijednost i duplo većom u odnosu na one kojima šalica nije poklonjena. Kad su nekretnine u pitanju, situacija je znatno kompleksnija: mnogo više vrijede, u njih su utkane možda godine ulaganja i brige, a ulogu vjerojatno igraju i emocije. Iz te perspektive, ne čudi što građani svoje nekretnine vrednuju puno više no što agencije smatraju da je objektivno ili što bi kupci bili voljni platiti.“⁴⁸

⁴⁶ prema: Deutsche Welle, <https://www.dw.com/hr/za%C5%A1to-su-u-hrvatskoj-podivljale-cijene-stanova/a-49483382>

⁴⁷ *Ibid.*

⁴⁸ *Ibid.*

Zaključak je da se očekuje stabilizacija cijena nekretnina na tržištu s obzirom da niti „ozbiljniji igrači“, a ni vlasnici zgrada ne predviđaju daljnje poraste cijena nekretnina. Investitori su zapravo zabrinuti pitanjem opstanka trenutnih cijena na tržištu. Značajno snižavanje cijena već je započelo u gradu Zagrebu. Pojavom pandemije koronavirusa (COVID-19) i potresom nastalim 22. ožujka 2020. godine, stanovi smješteni u centru grada već su osjetno nižih prodajnih cijena, razlog tomu je pad kupovne moći koji je doveo do naglog pada ukupne vrijednosti stanova čak i do 30%.

4.3. Bankarski krediti i državni poticaji

„Odgovarajuća ponuda i uspješna prodaja bankarskoga asortimana, uz kontrolu i upravljanje operativnim troškovima, ključ su uspjeha svake banke. Stoga banke moraju vlastitim bankarskim asortimanom planirati i upravljati na odgovarajući način da bi udovoljile potrebama i zahtjevima klijenata, uz realizaciju planiranih financijskih ciljeva. Time se omogućuje i stvaranje dodatne informacijske baze u procesu odlučivanja kojoj je cilj optimizacija ponude kredita i ostvarenje najveće moguće dobiti uz povećanje konkurentne prednosti.“⁴⁹

„Bankarsko je tržište u neprestanoj i brznoj promjeni, a to od banaka zahtijeva prilagodbu novonastalim tržišnim uvjetima. Veličina banke određuje mogućnosti nastupa na bankarskome tržištu. Banke se udružuju u velike europske i svjetske bankarske grupacije koje u svome sastavu imaju, osim jedne ili više banaka, i ostale financijske ustanove i institucije - kao što su osiguravajuće kuće, investicijski fondovi, mirovinski fondovi i dr.“⁵⁰

S obzirom na sve veću potražnju za stambenim kreditima, Vlada Republike Hrvatske omogućila je subvencioniranje stambenih kredita mladim osobama kako bi pripomogla u pružanju financijske pomoći građanima RH. “Ova državna mjera stupila je na snagu 2017. godine, a

⁴⁹ Peruško T.: Model za upravljanje ponudom bankarskih kredita za stanovništvo (2010.), Ekonomski pregled, 61 (11) 683-698, str. 684

⁵⁰ Andreoni L., Barga M.D., Carluccio E.M.: New Frontiers in Banking Services (2007.), Berlin Springer, str. 4

djeluje na način da se, najčešće dvaput u godini, objavljuju natječaji za subvencioniranje stambenih kredita od strane Agencije za pravni promet i posredovanje nekretninama (APN).⁵¹

Subvencije djeluju kao državna potpora ljudima koji su u potrazi za rješavanjem vlastitog stambenog pitanja. "Osim države, točnije Ministarstva graditeljstva i prostornog uređenja, u pružanju financijske potpore sudjeluje i već navedeni APN tako što zajedničkom suradnjom pomažu pri otplati stambenog kredita, stana ili kuće, odnosno pri otplati kredita za izgradnju kuće u trajanju od pet godina. Također, rok subvencije produžuje se za dvije dodatne godine za svako novorođeno dijete za vrijeme trajanja subvencije."⁵²

Tisuće i tisuće mladih prijavljuju se na natječaje u kojima dostavljaju cjelokupnu prikupljenu dokumentaciju o odabranoj nekretnini. Primjerice, Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama za sve tekuće natječaje, odnoseći se na ožujak 2020. godine, obavijestila je da će se državne subvencije dodijeliti svima koji su do krajnjeg roka na dan 27. veljače 2020. godine dostavili potrebnu dokumentaciju. U tekućem krugu natječaja, sudjeluje 13 banaka u Republici Hrvatskoj koje raspolažu s prosječnom efektivnom kamatnom stopom od 2,75%. Radi se o itekako pogodnoj državnoj mjeri, s obzirom na više od 9 400 odobrenih subvencioniranih kredita u dosadašnje 3 godine provođenja.⁵³

„Uvjeti prijave za natječaje nisu se promijenili što znači da će se na poziv moći prijaviti sve osobe mlađe od 45 godina koje u svom vlasništvu nemaju stan ili kuću. Subvencioniranje kredita odobrvat će se za kupnju stana ili kuće, odnosno gradnju kuće do najviše 1500 €/m² odnosno do najvišeg iznosa kredita od 100.000,00 € u kunsnoj protuvrijednosti. Rok otplate kredita ne smije biti kraći od 15 godina. Visina subvencije ovisit će o indeksu razvijenosti mjesta na kojem se nekretnina kupuje, odnosno gradi, te će se kretati od 30 do 51% iznosa rate kredita.“⁵⁴

Sa statističkog gledišta, broj prijava za državnim subvencijama kontinuirano raste iz godine u godinu. Čak 98% zaprimljenih zahtjeva za subvencioniranjem stambenih kredita je odobreno u 2018. godini. Za tekuću godinu predviđa se državni izdatak od gotovo 33 milijuna kuna za potrebe subvencioniranja kredita. Ukoliko se građani, primjerice, odluče na prinove u obitelji,

⁵¹ prema: Zakon.hr, <https://www.zakon.hr/z/925/Zakon-o-subvencioniranju-stambenih-kredita>

⁵² *Ibid.*

⁵³ prema: Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama, <http://apn.hr/subvencionirani-stambeni-krediti/objavljen-popis-banaka-koje-ce-provoditi-subvencije>

⁵⁴ *Ibid.*

dotatno subvencioniranje države također im je na raspolaganju. Takvih slučajeva zabilježeno je 181 prema podacima iz 2018. godine (Tablica 3.).

Tablica 3. Izvješće o zaprimljenim zahtjevima za subvencioniranje stambenih kredita (2018. god.)

POKAZATELJI	UKUPNO
broj zaprimljenih zahtjeva za subvencioniranje kredita	3 033
broj obrađenih zahtjeva za subvencioniranje kredita na sjednici Povjerenstva	3 033
broj odobrenih zahtjeva za subvencioniranje kredita	2 965
broj odbijenih zahtjeva za subvencioniranjem kredita	25
broj podnositelja koji su odustali	43
broj potpisanih ugovora o subv. kreditu dostavljenih kreditnim institucijama	2 965
broj konačnih ugovora o subvenc. stamb. kreditiranju dostavljenih APN-u (banka, APN i klijent)	2 932
planirani iznos subvencija za 2019 godinu za odobrene zahtjeve (kn)	32 342 805,17 kn
planirani iznos subvencija za 2020. godinu za odobrene zahtjeve (kn)	32 896 621,95 kn
ukupni planirani iznos subvencija za odobrene zahtjeve (kn)	169 044 570,50 kn
broj odobrenih zahtjeva radi povećanja obitelji zbog rođenja ili posvojenja djeteta - dodatno subvencioniranje	181 (184 djece)

Izvor: Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama

4.4. Anketiranje uzorka stanovništva i obrada prikupljenih rezultata

„Pregled tržišta nekretnina u Republici Hrvatskoj fokusira se na stanje i trendove na tržištu nekretnina te diferencira sljedeće tipove nekretnina: stanove (što uključuje i apartmane), obiteljske kuće, poslovne nekretnine, građevinska zemljišta, poljoprivredna i gospodarska zemljišta. Prilikom kupnje nekretnine treba znati da nekretnine nisu homogena dobra, što znači da ne postoje dva identična stana, dvije identične kuće, dva identična poslovna prostora ili zemljišta. Svaka nekretnina posjeduje jedinstvena obilježja koja utječu na formiranje konačne kupoprodajne cijene.“⁵⁵

Stoga, rastuću potražnju za nekretninama u Hrvatskoj najbolje je demonstrirati na temelju istraživanja. Provedeno istraživanje odrađeno je u obliku anketiranja uzorka stanovništva, točnije ispitan je 81 pojedinac. Odabrani uzorak ispitanika čine studenti s Ekonomskog fakulteta u Zagrebu, članovi obitelji te poznanici. Anketa je izrađena u obliku Google obrasca i sastoji se od 17 povezanih pitanja. Pitanja se odnose na potencijalne interese i preferencije uzorka stanovništva pri kupnji nekretnine te na opće poznavanje uvjeta i postupaka prije same kupnje.

Cilj istraživanja je približno prikazati trenutnu situaciju potražnje za nekretninama u Republici Hrvatskoj. Istraživanje čine ispitanici različite dobi kako bi se, donekle, pokazao što širi prosperitet potražnje stanovništva za stambenim objektima. Najznačajnije ograničenje jest činjenica da se istraživanje provelo na odabranoj bazi ispitanika te da je teško, u potpunosti izvući precizne zaključke s obzirom da se radi o malome uzorku, ali istraživanje svakako pridonosi svojoj svrsi.

U nastavku je moguće vidjeti slikovitu i tekstualnu obradu rezultata anketiranja.

⁵⁵ prema: Pregled tržišta nekretnina Republike Hrvatske, Ekonomski institut Zagreb, str. 6
<https://www.eizg.hr/userdocsimages/publikacije/serijske-publikacije/pregled%20tr%C5%BEi%C5%A1ta%20nekretnina/Nekretnine-2018-finalno-web>

Slika 19. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (1/6)



Izvor: izrada autora

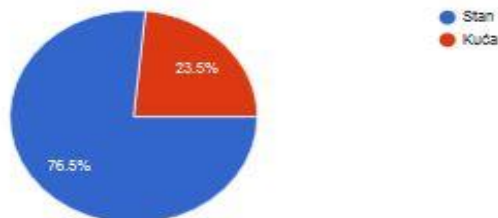
<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

Većinu ispitanih čine kolege studenti s Ekonomskog fakulteta (53%) te poslovne kolege (31%). 16% čine poznanici s 36 ili više godina. Jednak postotak, od 42%, čine osobe koje su ili zaposlene ili su još studenti, a 12% ih još uvijek nema stalni radni odnos. U ovome trenutku kad bi ispitanici potraživali nekretninu, kao vrstu stanovanja podjednako odabiru opcije kupnje i najma, s blagom prevagom na kupnju (54,3%).

Slika 20. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (2/6)

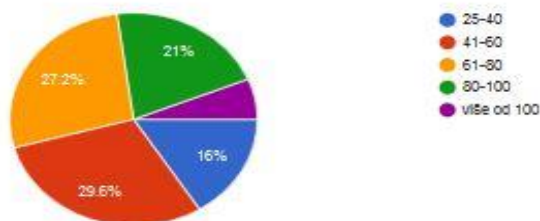
4. Koju vrstu stambenog objekta biste potraživali?

81 responses



5. Kolika bi Vas površina interesirala? (m²)

81 responses



6. Tip gradnje kojeg priželjkujete jest:

81 responses



Izvor: izrada autora

<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

Da potražuju stambeni objekt, tri četvrtine ispitanih odlučilo bi se za potražnju stana u odnosu na potražnju kuće. S obzirom na sadašnju situaciju skupocjenosti nekretnina, ispitanici svjesno potražuju manje površine, do 60m² njih 43%. Međutim, postoji i poprilična potražnja za objektima od 61 do 80 m² (najčešće su to trosobni stanovi). Od ukupnog broja ispitanih 65% smatra kako tip gradnje nije presudan, dok bi 35% njih potraživalo isključivo novogradnju.

Slika 21. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (3/6)

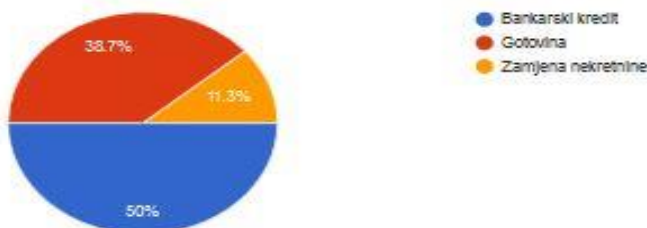
7. S kolikim brojem članova biste dijelili nekretninu?

81 responses



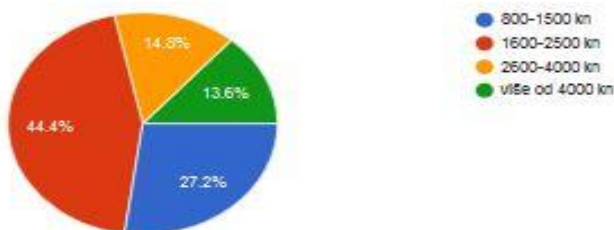
8. Koju vrstu financiranja biste koristili?

80 responses



9. Dohodak koji biste mjesečno mogli izdvajati na nekretninu bio bi:

81 responses



Izvor: izrada autora

<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

S obzirom da ispitanike većim dijelom čini mlađa populacija, dijeljenje nekretnine s jednim ili nijednim članom očekivano prevladava. Ukoliko se radi o kupnji nekretnine, financiranje putem bankarskog kredita je, dakako, u nadmoći nad ostalim vrstama financiranja. Međutim, ukoliko pojedinac plaća najam vlasniku nekretnine tada se plaćanje najčešće vrši gotovinom. Oko 71% ispitanika ne bi premašivalo mjesečni izdatak od 2 500 kn na plaćanje nekretnine.

Slika 22. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (4/6)

10. Po Vašem mišljenju, u kolikoj mjeri državni poticaji utječu na kupnju nekretnine?

77 responses



11. Lokacija koja bi Vas interesirala bila bi:

81 responses



12. Što je, po Vama, ključno za lokaciju nekretnine u kojoj biste stanovali?

81 responses



Izvor: izrada autora

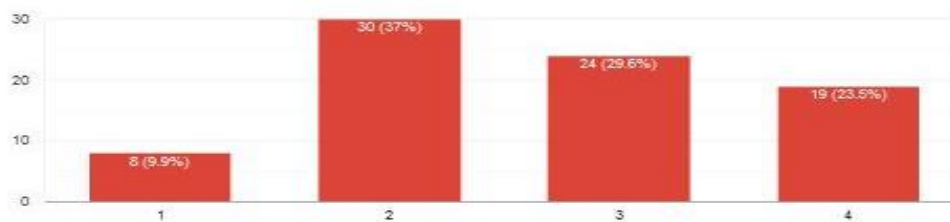
<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

36,4% ispitanih smatra da državni poticaji umjereno djeluju na kupnju nekretnine. Dakako, državne subvencije odnose se samo na kupnju prve nekretnine. Zanimljivo da je ispitanima periferija najprivlačniji odabir lokacije, što će reći da svjesno odabiru položaj niže cijene nekretnina. Dakako, dostupnost javnog sektora, smireno okruženje i blizina obitelji je gotovo svima ključna karakteristika pri odabiru (ovdje su ispitanici imali pravo višestrukog izbora).

Slika 23. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (5/6)

13. U daljnjem tijeku života, koliko Vam je važno posjedovanje i sekundarne nekretnine?

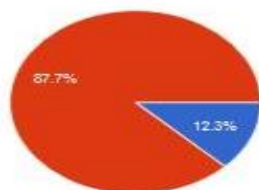
81 responses



Kako bi se razina upućenosti o nekretninama prije kupnje što bolje predočila, sljedeća 4 pitanja odnose se na neka Vaša poznavanja i predodžbe...

14. Smatrate li da državne subvencije koriste samo ljudi koji bez njih ne bi mogli ostvariti kupnju nekretnine ili su to kupci koji bi nekretninu kupili i da nije bilo poticaja?

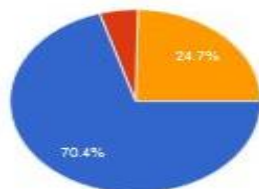
81 responses



- Da, smatram da subvencije koriste samo oni ljudi koji ne bi mogli kupiti nekretninu bez državnog poticaja
- Ne, koriste ih i ljudi koji bi i bez poticaja kupili nekretninu

15. Što mislite, utječe li uvođenje državnih subvencija na rast cijene kvadrata nekretnina, na području grada Zagreba?

81 responses



- Da, državne subvencije uzrokuju i rast cijene kvadrata
- Naprotiv, poticaji smanjuju cijene kvadrata
- Državne subvencije nemaju učinak na cijenu kvadrata

Izvor: izrada autora

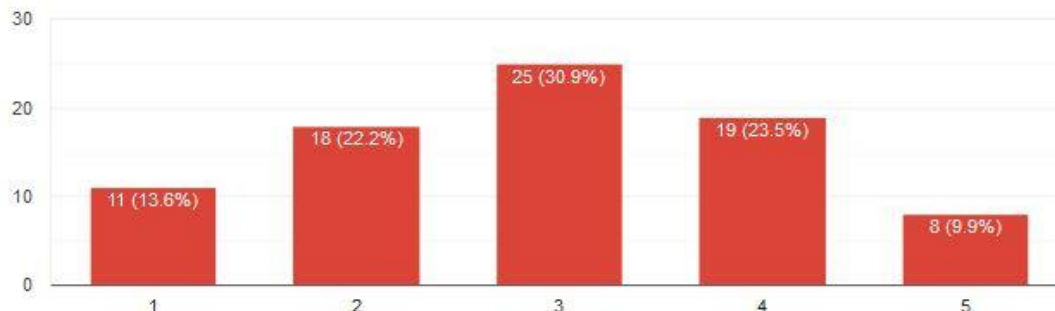
<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

Na pitanje važnosti posjedovanja druge nekretnine tijekom života, većina je odgovorila da postoji osrednja, ali ne prevelika važnost. Pitanja vezana uz opće poznavanje nekretnina, velika većina od 88% smatra da subvencije koristi svatko tko je u procesu kupnje nekretnine. 70,4% vrlo je dobro upoznato sa činjenicom da državne subvencije utječu i na rast cijene kvadratnog metra stambenih objekata, dok ih 25% smatra da nemaju nikakvog učinka.

Slika 24. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (6/6)

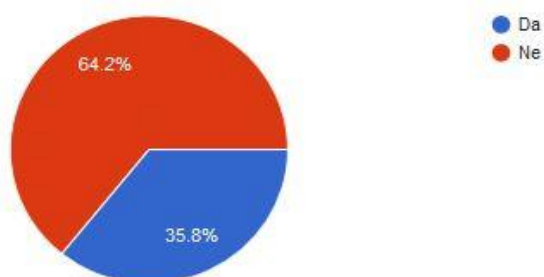
16. Koliko ste upoznati u postupke/korake pri kupoprodaji nekretnine?

81 responses



17. Biste li angažirali Agenciju za posredovanje u prodaji nekretnina?

81 responses



Izvor: izrada autora

<https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8> (preuzeto 12. ožujka 2020.)

Nadalje, oko 13% ispitanih iskreno je odgovorilo da su vrlo malo upoznati s koracima kupoprodaje nekretnine. Očekivano, najveći dio njih zna ponešto o kupnji (stupci 3. i 4.), a najmanji broj čine oni koji su izrazito upoznati s postupcima prilikom kupnje. Iz tog razloga javnost bi se trebala ipak malo više educirati po tom pitanju kroz medije, s obzirom da postoje mnogi upiti o tome kako ostvariti kupnju nekretnine. Također, 65% osoba smatra da angažman Agencije za posredovanje u prodaji nekretnina nije potreban te da se radi o suvišnom izdatku.

5. ZAKLJUČAK

Tržište nekretnina jedno je od najrazvijenijih tržišta u Republici Hrvatskoj te predstavlja ključnu odrednicu hrvatskog gospodarstva. Cilj ovoga rada jest pobliže upoznavanje s temeljnim informacijama i trendovima navedenog tržišta. Analiza ovog tržišta omogućava pregledan i jednostavan uvid u prikaz stanja i kretanja nekretnina na hrvatskom tržištu nekretnina. Poslovanje na tržištu nekretnina praćeno je stalnom gospodarskom neizvjesnošću što znači da u svakom trenutku postoji opasnost nastupanja značajnijih promjena na tržištu. Iz navedenog razloga važno je promatrati čimbenike koji uzrokuju promjene stanja i kretanja razvoja nekretnina na tržištu.

Zahvaljujući sve većem porastu potražnje za nekretninama građevinska djelatnost doživljava itekakav oporavak nakon recesijskih godina čime se povećava i zaposlenost u građevinskom sektoru. Drugim riječima, sektor građevinarstva jača se dinamičnim porastom broja novoizgrađenih stanova i kuća što pospješuje ne samo građevinsku nego i ukupnu gospodarsku aktivnost. To zapravo govori da stalni razvoj i trgovanje nekretninama izravno utječu na hrvatsku socioekonomsku sliku – kako raste gospodarska aktivnost, tako raste i ukupna zaposlenost u sektoru.

Isto tako, s obzirom na sve veću potražnju za nekretninama u Republici Hrvatskoj, a samim time i stambenim kreditima, reakcija hrvatskih banaka u osnaživanju sektora za nekretnine bila je neophodna. Primarna funkcija sektora ogleda se u procjenjivanju vrijednosti te izradi procjembenih elaborata nekretnina. Najčešći predmeti procjena klijenata jesu stanovi i obiteljske kuće na teritoriju Republike Hrvatske, dok poslovni subjekti iliti poduzeća procjenjuju poslovne objekte i zemljišta u svojem vlasništvu.

Nadalje, sektor za nekretnine čini tim visokoobrazovanih menadžera za procjene koji pored procjena nekretnina provode i financijski nadzor nekretnina, dok menadžeri za prodaju i odnose s klijentima zaprimaju i uvažavaju upite od klijenata te pripremaju sadržaj i ponudu dostupnih nekretnina u datom trenutku. Glavni cilj menadžera za prodaju je uspostavljanje i održavanje komunikacije s novim, odnosno postojećim klijentima koja se provodi fizičkim, online ili telefonskim putem. Pravnici, odnosno glavni savjetnici surađuju i sklapaju ugovore s poslovnim

partnerima i dobavljačima, vode brigu o zaštiti podataka te komuniciraju sa svim preostalim organizacijskim dijelovima grupacije. Glavnu riječ pri donošenju odluka ima direktor Društva koji se konzultira zajedno sa svojim pomoćnicima za prodaju i procjene nekretnina.

Ono što je ključno u provođenju poslovnih aktivnosti sektora jest raspoloživa tehnološka infrastruktura. Primjena modernih tehnoloških inovacija dostupnih na tržištu ubrzava i olakšava izvođenje osnovnih poslovnih procesa. Naime, digitalizacija je termin s kojim se svakodnevno sve više susrećemo, a upravo ona čini ključ razvoja inovacija u stalnoj utrci s konkurentima na tržištu. Uporabom aktualnih informacijskih i komunikacijskih tehnologija kao što je Big Data i digitalni marketing, poslovanje na operativnoj razini uvelike je pojednostavljeno jer prekomjerne količine podataka ograničavaju tečno izvođenje poslovnih procesa i narušavaju neometan rad. Također, izrada i primjena autentičnih aplikacija te usluge telemarketinga i mobilnog bankarstva dodatno čine poslovne procese jednostavnijim, efikasnijim i efektivnijim.

Kako bi se približno prikazale preferencije stanovništva na tržištu nekretnina, provedeno je anketno istraživanje na temelju odabranog uzorka od 81 osobe. Osim preferencija stanovništva, svrha istraživanja je bila ispitati i opće poznavanje stanovništva o postupcima kupnje stambene nekretnine. Rezultati istraživanja prilično su očekivani, to jest u većoj mjeri se potražuju stanovi u odnosu na kuće, a mladi ljudi do 25 godina u većini slučajeva samostalno ne mogu otplaćivati vlastitu nekretninu već se odlučuju na najam stambene nekretnine dok ne postanu kreditno sposobni za financiranje iste. Također, pomoć u financiranju nekretnina mladim ljudima olakšalo je pružanje državnih subvencija omogućeno od strane Vlade Republike Hrvatske i Agencije za pravni promet i posredovanje nekretninama, što se pokazalo itekako korisnim i uspješnim poticajem u posljednje tri godine.

Gledajući s financijskog aspekta, poslovanje na tržištu nekretnina donosi značajne zarade ne samo vlasnicima zgrada i investitorima već i svim bankama, dok se u konačnici oporezivanjem puni i državna blagajna. Cijene nekretnina u zemlji značajno su porasle nakon ekonomske krize 2008. godine, što najviše doprinosi ulagačima u gradnju nekretnina, a odabir i kupnja odgovarajuće stambene nekretnine stanovništvu predstavlja jednu od najvažnijih životnih odluka. Unatoč trendu rasta cijena nekretnina, pomama za stanovima i kućama u Hrvatskoj konstantno je rastuće krivulje. Problem koji se pojavljuje na tržištu nekretnina jest taj da financijski potencijal rezidenata Republike Hrvatske još uvijek nije dovoljno izražen, međutim u narednim godinama

očekuje se da će doći do stabilizacije cijena nekretnina na tržištu što bi stanovništvu itekako omogućilo bolje uvjete i pogodnosti financiranja. Osim toga, korekciji prenapuhamih cijena nekretnina u Republici Hrvatskoj može doprinijeti i trenutna situacija s koronavirusom koja je uzrokovala velike ekonomske gubitke, no činjenica jest da je vrlo teško predvidjeti buduće kretanje cijena i trendova na tržištu nekretnina.

POPIS LITERATURE

Knjige:

1. Andreoni L., Barga M.D., Carluccio E.M.: **New Frontiers in Banking Services (2007.)**, Berlin Springer
2. Blackmore P.: **Intranets - a Guide to their Design, Implementation and Management (2010.)**, Aslib-IMI
3. Buttle F., Maklan S.: **Customer Relationship Management: Concepts and Technologies (2015.)**, Routledge
4. Dasgupta S.: **Managing Internet and Intranet Technologies in Organizations: Challenges and Opportunities (2000.)**, Idea Group Inc (IGI)
5. Floyd C.F., Allen M.T. : **Real Estate Principles (2002.)**, Dearborn Real Estate Education
6. Lee I. (ur.): **E-Business Innovation and Process Management (2007.)**, CyberTech Publishing
7. Lee Kennedy M., Dysart J.: **Intranets for Info Pros (2007.)**, Information Today Inc.
8. Potter R.A.: **Selling Real Estate Services: Third-Level Secrets of Top Producers (2008.)**, John Wiley & Sons Inc.
9. Sparta K.: **The Consultative Real Estate Agent: Building Relationships That Create Loyal Clients, Get More Referrals, and Increase Your Sales (2005.)**, Amacom
10. Steelman L.A., Williams J.R. (ur.): **Feedback at Work (2019.)**, Springer Nature Switzerland AG

Znanstveni članci i stručni radovi:

1. Aagaard A. (ur.): **Digital Business Models - Driving Transformation and Innovation (2019.)**, Springer International Publishing, Palgrave Macmillan
2. Abraham D.M., Spangler W.E. i May J.H.: **Expertech: Issues in the Design and Development of an Intelligent Help Desk System (1991.)**, University of Pittsburgh
3. Achimba C., Opiyo Ongonga J. i dr.: **Innovation in Banking Industry: Achieving Customer Satisfaction (2014.)**, Open Journal of Business and Management
4. Babić-Hodović V., Arslanagić-Kalajdžić M.: **How novelty seeking shapes the relation between perceived usefulness and attitudes towards the mobile banking (2019.)**, International journal of multidisciplinary in business and science, Vol. 5 No. 7
5. Buturac, G.: **Građevinarstvo i nekretnine (2018.)**, Sektorske analize 7 (64), 1-24
6. Cherif E.: **Real estate services structure evolution with Internet and SWOT analysis (2014.)**, International Journal of Electronic Customer Relationship Management
7. Fang X.: **Internet-Future Business Development Focus (2012.)**, American Journal of Industrial and Business Management 2, 85-88
8. Karić M.: **Mjerenje potrošačkog zadovoljstva u funkciji upravljanja maloprodajom (2008.)**, Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku
9. Kunovac D., Kotarac K.: **Cijene stambenih nekretnina u Hrvatskoj (2019.)**, Pregledi P- 41, Hrvatska narodna banka
10. Peruško T.: **Model za upravljanje ponudom bankarskih kredita za stanovništvo (2010.)**, Ekonomski pregled, 61 (11) 683-698, Izvorni znanstveni članak
11. Puška A. i dr.: **Utjecaj percipirane kvalitete na zadovoljstvo i lojalnost klijenata banaka (2016.)**, Ekonomska misao i praksa, DBK. br. 1 (261-282), Izvorni znanstveni rad

12. Prohaska Z., Olgić Draženović B., Suljić S: **Uloga banaka u recesiji hrvatskog gospodarstva (2010.)**, Hrvatska financijska tržišta i institucije u procesu uključivanja u EU, br. 081 -0811, 403-1411.
13. Simonetti P.: **Nekretnine kao objekti prava vlasništva i prava građenja (2009.)**, Zbornik Pravnog fakulteta Sveučilišta u Rijeci, Vol. 30 No. 1, Izvorni znanstveni članak
14. Slišković T., Tica J.: **Prostorna elastičnost traženih cijena stanova na stambenom tržištu grada Zagreba (2016.)**, Ekonomska misao i praksa, DBK. br. 1 (23-44), Izvorni znanstveni rad
15. Varma A.: **Mobile Banking Choices of Entrepreneurs: A Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) Perspective (2018.)**, Theoretical Economics Letters, 8, 2921-2937
16. Vučković M.: **Analiza učinkovitosti hrvatskih banaka pomoću višekriterijskog programiranja (2010.)**, Članak broj 10-07, Ekonomski fakultet Zagreb
17. Wright L.: **FAQs: Create Purposeful Information for a More Effective User Experience (2018.)**, Information Architecture Journal

Zakon/Pravilnik:

1. Narodne novine (2019.): **Zakon o porezu na dodanu vrijednost**, Narodne novine d.d., Zagreb (NN 79/13, 85/13, 160/13, 35/14)
2. **Pravilnik organizacijske strukture PBZ Grupe**

Web stranice:

1. Agencija za pravni promet i posredovanje nekretninama: <http://apn.hr/>
2. Behance.net: <https://www.behance.net/search>
3. Deutsche Welle: <https://www.dw.com/hr/teme/s-9747>
4. Državni zavod za statistiku: <https://www.dzs.hr/>
5. Ekonomski institut Zagreb: <https://www.eizg.hr/>
6. Europska komisija: https://ec.europa.eu/info/index_hr
7. Eurostat: <https://ec.europa.eu/eurostat/home?>
8. Evolution Framework: <https://pere.sit.pbz.hr/pere/app>
9. Google Form: <https://forms.gle/k7T56eSCqGLdKGJa8>
10. Help Desk: <http://hdnet/default.aspx?menuindex=8>
11. HINA.hr: <https://www.hina.hr/>
12. Hrvatska gospodarska komora: <https://www.hgk.hr/>
13. MindMeister: <https://www.mindmeister.com/>
14. Minimax.hr: <https://www.minimax.hr/>
15. Ministarstvo graditeljstva i prostornog uređenja: <https://mgipu.gov.hr/>
16. Njuškalo.hr oglasnik: <https://www.njuskalo.hr/>
17. PBZ Intranet: <http://pbzintranet/stranice/pocetna.aspx>
18. PBZ Nekretnine: <https://www.pbz-nekretnine.hr/>

19. Poslovni dnevnik: <https://www.poslovni.hr/>

20. Središnji državni portal: <https://gov.hr/>

21. Zaba Nekretnine: <https://www.zane.hr/>

22. Zakon.hr: <https://www.zakon.hr/>

POPIS SLIKA

Slika 1. Organizacijska shema sektora nekretnina na primjeru PBZ Nekretnina d.o.o.....	13
Slika 2. Mentalna mapa poslovnih operacija sektora nekretnina.....	14
Slika 3. Mentalna mapa koraka u procesu prodaje nekretnina	16
Slika 4. Ekranški prikaz komunikacije elektroničkom poštom (Microsoft Outlook).....	19
Slika 5. Prikaz virtualne šetnje stambenog objekta (VR Tour)	27
Slika 6. Ekranški prikaz m-Zaba mobilne aplikacije	29
Slika 7. Fikcionalan prikaz intraneta na primjeru Svjetske banke.....	31
Slika 8. Obrazac prijave tehničkog problema službi za korisnike	34
Slika 9. Ekranški prikaz aplikacije Binar – pregled procjembenih dokumenata	36
Slika 10. Ekranški prikaz aplikacije Binar – pregled zahtjeva	37
Slika 11. Ekranški prikaz web aplikacije – pregled elaborata	38
Slika 12. Ekranški prikaz aplikacije Binar - usklađenost s web aplikacijom	39
Slika 13. Ponuda nekretnina u vlasništvu Zagrebačke banke	42
Slika 14. Pretraživanje ponude stanova putem web oglasnika	43
Slika 15. Energetski certifikat stambene zgrade	44
Slika 16. Izvadak iz zemljišne knjige	44
Slika 17. Cjenik usluga za procjene nekretnina – PBZ Nekretnine	45
Slika 18. Prikaz zahtjeva za procjenom nekretnine – PBZ Nekretnine	46
Slika 19. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (1/6).....	54
Slika 20. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (2/6).....	55
Slika 21. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (3/6).....	56
Slika 22. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (4/6).....	57
Slika 23. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (5/6).....	58
Slika 24. Istraživanje uzorka stanovništva u potrazi za nekretninama (6/6).....	59

POPIS TABLICA

Tablica 1. Broj završenih novih zgrada prema vrsti zgrade 2014.-2017.....	6
Tablica 2. Glavni sektorski pokazatelji (2016.-2019.).....	8
Tablica 3. Izvješće o zaprimljenim zahtjevima za subvencioniranje stambenih kredita (2018. god.).....	52

POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1. Udio građevinarstva u ukupnoj zaposlenosti EU	10
Grafikon 2. Indeks digitalnoga gospodarstva i društva EU (DESI), poredak za 2019. godinu	24

ŽIVOTOPIS



Životopis

OSOBNJE INFORMACIJE

Paradžik Dominik

Nikole Pavića 20, 10090 Zagreb (Hrvatska)

(+385) 98 935 3150

dparadzik@net.efzg.hr

<https://www.linkedin.com/in/dominik-parad%C5%BEik-310102a8/>

Spol Muško | Datum rođenja 19. veljače 1996. | Državljanstvo hrvatsko

OSOBNI PROFIL

Prvostupnik izraženih komunikacijskih i organizacijskih vještina stečenih tijekom preddiplomskog i diplomskog sveučilišnog studija, a sada u potrazi za stjecanjem novih znanja i iskustava na radnom mjestu

RADNO ISKUSTVO

-
01. veljače 2016.–30. rujna 2016. **Skladišni radnik/skladišna radnica na sortiranju i otpremi robe**
ATLANTIC GRUPA d.d., Zagreb (Hrvatska)
14. lipnja 2018.–02. listopada 2018. **Referent/referentica prodaje**
CARWIZ d.o.o., Zagreb (Hrvatska)
- odnosi s klijentima
02. veljače 2019.–danas **Analitičar/analitičarka podataka**
PBZ Card d.o.o. - sektor za nekretnine, Zagreb (Hrvatska)
- unos i pohrana podataka
- kontrola dokumenata
- ispostava računa

OBRAZOVANJE I OSPOBLJAVANJE

-
- 02/10/2014–danas **Sveučilišni prvostupnik ekonomije**
Ekonomski fakultet, Zagreb (Hrvatska)

OSOBNJE VJEŠTINE

Materinski jezik hrvatski

Strani jezici	RAZUMJEVANJE		GOVOR		PISANJE
	Slušanje	Čitanje	Govorna interakcija	Govorna produkcija	
engleski	C1	C1	C1	B2	C1

Stupnjevi: A1 i A2: Početnik - B1 i B2: Samostalni korisnik - C1 i C2: Iskusni korisnik
Zajednički europski referentni okvir za jezike - Ljestvica za samoprocjenu

Komunikacijske vještine - timski duh
 - izrazito dobre komunikacijske vještine stečene iskustvom na prethodnom i trenutnom radnom mjestu

29/3/20

© Europska unija, 2002-2020 | <http://europass.cedefop.europa.eu>

Stranica 1 / 2



Životopis

Paradžik Dominik

Organizacijske / rukovoditeljske vještine - posjedovanje smisla za organiziranost stečeno na radnom mjestu te tijekom slobodnih aktivnosti i dobrovoljnog rada

Poslovne vještine - dobro vladanje nad kontrolom ispravnosti podataka

Digitalne vještine

SAMOPROCJENA				
Obrada informacija	Komunikacija	Stvaranje sadržaja	Sigurnost	Rješavanje problema
Samostalni korisnik	Iskusni korisnik	Samostalni korisnik	Iskusni korisnik	Samostalni korisnik

Digitalne vještine - Tablica za samoprocjenu

- osnove rada na računalu
 - vješto baratanje Microsoft Office paketom