

# UPRAVLJANJE OBITELJSKIM NEKRETNINAMA U TURIZMU

---

**Barać, Tea**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2019**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University of Split, Faculty of economics Split / Sveučilište u Splitu, Ekonomski fakultet**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:124:226476>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2024-12-02**

*Repository / Repozitorij:*

[REFST - Repository of Economics faculty in Split](#)



**SVEUČILIŠTE U SPLITU  
EKONOMSKI FAKULTET**

**ZAVRŠNI RAD**

**UPRAVLJANJE OBITELJSKIM  
NEKRETNINAMA U TURIZMU**

**Mentor:**

**Izv. prof. dr. sc. Ana Rimac Smiljanić**

**Student:**

**Tea Barać, 4175280**

**Split, rujan, 2019**

# SADRŽAJ

<b>1. UVOD .....</b>	<b>1</b>
1.1 Definiranje problema istraživanja .....	1
1.2 Ciljevi istraživanja .....	1
1.3 Metode istraživanja .....	2
1.4 Struktura završnog rada .....	2
<b>2 OBITELJSKE NEKRETNINE U TURIZMU .....</b>	<b>3</b>
2.1 Turizam i privatni smještaj u Hrvatskoj .....	3
2.2 Definicija nekretnina, vrste objekata za smještaj i obaveze iznajmljivača .....	5
2.3 Tržište nekretnina privatnog smještaja .....	7
2.4 Obiteljski biznis i investiranje u obiteljski biznis .....	8
2.5 Koncept obiteljskog poduzeća .....	12
2.6 Kako poboljšati upravljanje obiteljske nekretnine .....	14
<b>3 EMPIRIJSKI DIO RADA .....</b>	<b>17</b>
3.1 Opis podataka .....	17
3.2 Empirijsko istraživanje .....	18
<b>4 ANALIZA SLUČAJA: APARTMAN U SPLITU .....</b>	<b>23</b>
4.1 Stanje na tržištu nekretnina u Splitu .....	23
4.2 Analiza primjera ulaganja obiteljske nekretnine u turističke svrhe .....	26
<b>5. ZAKLJUČAK .....</b>	<b>29</b>
<b>SAŽETAK .....</b>	<b>31</b>
<b>SUMMARY .....</b>	<b>32</b>
<b>LITERATURA .....</b>	<b>33</b>
<b>POPIS GRAFIKONA .....</b>	<b>36</b>
<b>POPIS TABLICA .....</b>	<b>37</b>
<b>PRILOZI .....</b>	<b>38</b>

# 1. UVOD

## 1.1 Definiranje problema istraživanja

Turizam je jedna od najvažnijih gospodarskih grana Republike Hrvatske. I u kriznim vremenima ona je ostvarivala rast. Prema Državnom zavodu za statistiku u 2018. godini ostvareno je 89 milijuna noćenja.<sup>1</sup> Turizam obuhvaća velik broj djelatnosti, a samim time i ljudi uključenih u te djelatnosti.

U turizmu velik je broj obiteljskih nekretnina pretvoreno u smještaje za turiste. Neki su kupovali drugu nekretninu, neki dodatne stanove u kući preuredili, a neki čak iseljavali iz svojih stanova sezonski u podstanarske stanove ili kod rodbine. Velik broj ljudi se okrenuo tom trendu jer smatraju da mogu lako doći do zarade, no to zavisi o njihovom upravljanju te nekretnine.

Posljednjih godina tržište je poraslo, ponašanja kupaca su sve složenija, ali je umrežavanjem tehnologije i napretkom tehnologije lakše doći do gostiju. Na smještaj utječu i ostale djelatnosti koje se nude u mjestu i poslovno okruženje. Gastronomska ponuda mora biti opširna, kulturna događanja bogata ali i ponuda trgovina, ponude turističkih agencija za organiziranje izleta. To doprinosi konkurentnosti mjesta i time će gosti dati prednost određenom mjestu, u kojem će morati i rezervirati smještaj.

Uspješno upravljanje imovinom zahtjevna je aktivnost koja zahtijeva relevantno razumijevanje, sposobnost i odgovarajuće organizacijske sposobnosti kao i sredstva za uspješno održavanje i poboljšanje vrijednosti imovine do njenog zastarijevanja. Na isti način kao i drugi resursi, ljudski, financijski i informacijski, doprinose uspjehu te organizacije.

## 1.2 Ciljevi istraživanja

Cilj ovog rada je kako dobro upravljati obiteljskom nekretninom u turističkom sektoru te zašto se odlučiti baviti iznajmljivanjem nekretnina. Dati odgovor zašto ulagati u nekretnine, a ne novac uložiti u druge svrhe.

---

<sup>1</sup>DZS, dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/04-03-02\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm) [13.9.2019].

### **1.3 Metode istraživanja**

U završnom radu koristit će se sljedeće metode: komparativna metoda, induktivna i deduktivna metoda, metoda deskripcije, metoda dokazivanja, metoda opovrgavanja i kompilacije.

### **1.4 Struktura završnog rada**

Završni rad je sastavljen od pet međusobno povezanih dijelova. U uvodu su definirani problemi istraživanja, ciljevi istraživanja te struktura završnog rada. Drugi dio je teorijski dio o turizmu i privatnom smještaju kao i ponešto o obiteljskim nekretninama te isplati li se ulaganje u obiteljsku nekretninu. U trećem dijelu se opisuju podaci koje smo dobili anketiranjem privatnih iznajmljivača iz pojedinih dijelova Hrvatske. Četvrti dio se odnosi na analizu slučaja, apartmana koji se nalazi u Splitu te njegovo poslovanje. U petom dijelu se nalazi zaključak, popis literature, prilog (provedena anketa među iznajmljivačima), popis grafikona i tablica te sažetak na hrvatskom i engleskom jeziku.

## 2 OBITELJSKE NEKRETNINE U TURIZMU

### 2.1 Turizam i privatni smještaj u Hrvatskoj

„Turizam je ukupnost odnosa i pojava koji proizlaze iz putovanja i boravka posjetitelja nekog mjesta, ako je takvo putovanje poduzeto radi odmora i uživanja te se njime ne zasniva stalno prebivalište i ne poduzima se neka gospodarska djelatnost.“<sup>2</sup>Prema Svjetskoj turističkoj organizacijiturizam uključuje sve aktivnosti koje se turist obavlja na putovanju i boravak osobeizvan mjesta prebivališta ali ne dulje od jedne godine. Aktivnosti su vezane za odmor, može biti i poslovno putovanje i drugi razlozi povezani uz opuštanje.<sup>3</sup>

Kako bi se moglo proučavati turizam mora se prvobitno promatrati turista. To je svaka osoba koja na putovanju izvan svojega mjesta gdje boravi provede najmanje 24 sata a putovanje poduzima radi odmora, razonode, relaksacije, obiteljskih, zdravstvenih, poslovnih, profesionalno-stručnih i sličnih razloga.<sup>4</sup>

„Razvoj turizma u najužem je smislu riječi vezan za konkretan prostor čija obilježja i resursi (prirodni i/ili društveni) imaju određenu privlačnost za turiste. Na takvim prostorima isprofilirala su se određena mjesta koja su, upravo zbog svoje privlačnosti počela ostvarivati intenzivniji promet posjetitelja (turista) kao i turističku potrošnju, što je, pak, dovelo do veće orijentacije lokalnog stanovništva na bavljenje turizmom.“<sup>5</sup>

„Destinacija je višeznačan pojam. Ona može predstavljati lokalitet, mjesto, regiju, zemlju, skupinu zemalja, pa čak i kontinent kao određište turističkog putovanja.“<sup>6</sup> Možemo reći da je Split poznata destinacija koji turisti rado posjećuju i rado se vraćaju. Destinacijom se inače zove mjesto koje se posjećuje, ali posjetom Splita, koja može biti i samostalan, vrlo je vjerojatno da će turisti obići i okolna mjesta kao što su Omiš, Trogir, Klis, Krka.

---

<sup>2</sup>Hrvatska enciklopedija (2019.): Turizam, Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> [13.09.2019.].

<sup>3</sup>Globalni etički kodeks za turizam (1999.): Turizam, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/101213-unwto-kodeks.pdf> [13.09.2019.].

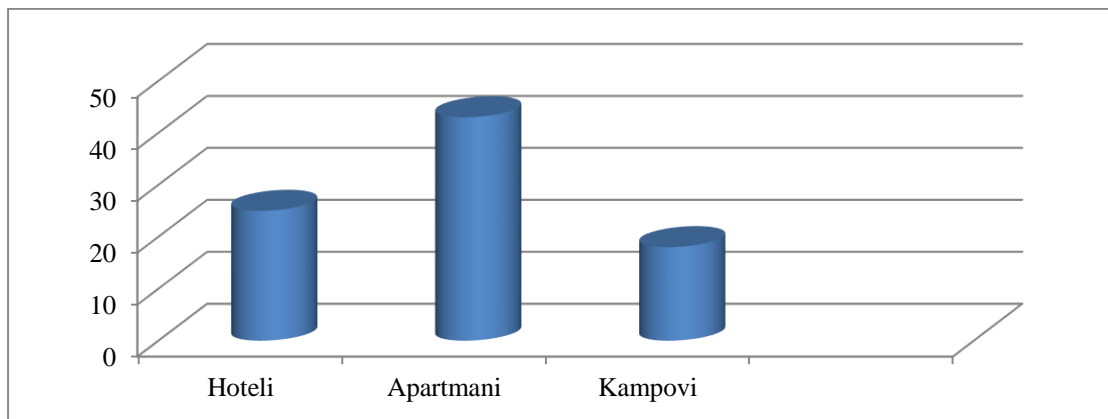
<sup>4</sup>Hrvatska enciklopedija (2019.): Turizam, Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763> [13.09.2019.].

<sup>5</sup>Petrić, L. (2011.): „Upravljanje turističkom destinacijom“, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 12-13.

<sup>6</sup>Ibidem, str. 15.

„Privatni smještaj je termin koji u biti označava smještajne kapacitete u vlasništvu fizičkih osoba. U Hrvatskoj privatni smještaj podrazumijeva sljedeće smještajne jedinice: apartmane, sobe, kuće za odmor i kampove. Država svojim zakonima i pravilnicima određuje koliki je maksimalni broj kapaciteta da bi netko mogao kao fizička osoba registrirati neku od spomenutih smještajnih jedinica. Jer za sve iznad toga potrebno je imati tvrtku ili obrt. Osoba koja je vlasnik neke smještajne jedinice ili smještajnog objekta zovemo iznajmljivač.“<sup>7</sup>

U 2018. u smještajnim objektima ostvareno je 18,7 milijuna dolazaka i 89,7 milijuna noćenja turista. S obzirom na prethodnu godinu ostvaren je porast dolazaka turista za 7,1%, te porast noćenja za 4,0%. Od toga domaći turisti ostvarili su 2,0 milijuna dolazaka i 6,5 milijuna noćenja, a strani turisti 16,6 milijuna dolazaka i 83,2 milijuna noćenja. U 2018. turistima je bilo na raspolaganju 425 tisuća soba, apartmana i mjesta za kampiranje s ukupno 1,1 milijunom stalnih postelja.<sup>8</sup>



**Grafikon 1: Dolasci i noćenja turista prema vrstama turističkih smještajnih objekata**

Izvor: DZS, [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/04-03-02\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm) [13.09.2019.].

Na grafikonu 1. prikazan je broj ostvarenih noćenja po vrstama smještajnih objekata. Najveći broj noćenja su ostvarili upravo apartmani, a taj način prihoda su prepoznali i vlasnici nekretnina te se odlučili za iznajmljivanje istih ili kupnju nove nekretnine.

<sup>7</sup>Wikipedia (2019.): Privatni smještaj, Wikipedia, dostupno na: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Privatni\\_smje%C5%A1taj](https://hr.wikipedia.org/wiki/Privatni_smje%C5%A1taj) [13.09.2019.].

<sup>8</sup>DZS (2019), Dolasci i noćenja turista u 2018., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/04-03-02\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm) [13.09.2019.].

## 2.2 Definicija nekretnina, vrste objekata za smještaj i obaveze iznajmljivača

„Nekretnine su stvari koje su fiksno situirane, odnosno koje ne mogu biti premještene s jednog mjesta na drugo bez povrede njihove suštine, pa se nekretninama smatraju zemljišta i stvari koje su na njima mehanički učvršćene kao što su zgrade, ali i brane, mostovi, bunari, ceste i sl., te stvari koje su organski vezane za zemlju, npr. nasadi i plodovi dok se ne uberu. Osim toga, nekretninom se smatra i sve ono što je u zgradu trajno ugrađeno – npr. električne i vodovodne instalacije, instalacije za centralno ili etažno grijanje, rolete na prozorima.“<sup>9</sup>

Onaj tko ima viška nekretnine često je pretvara u smještajnu jedinicu te tako pokušava ostvarivati dohodak. Smještajne jedinice, obzirom na okolnosti, mogu biti pretvorene u:

- Soba
- Apartman
- Studio apartman
- Kuća za odmor,
- Prenočište
- Odmaralište za djecu,
- Hostel
- Planinarski dom
- Lovački dom
- Učenički dom ili Studentski dom ili Akademis,
- Objekt za robinzonski smještaj.<sup>10</sup>

Svaka od navedenih jedinica ima svoje uvjete koje mora ispunjavati da bi se smatrala legalnom. Naravno da u svakom poslovanju, tako i uslugama iznajmljivanja privatnog smještaja, postoje kazne ako se ne pridržavaju pravila i zakoni o iznajmljivanju.

Kontrolu provodi Državni inspektorat a kazne za nelegalno iznajmljivanje se kreću od 10 000 do 30 000 kuna.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Poslovni dnevnik (2019.): Nekretnine, dostupno na: <http://www.poslovni.hr/leksikon/nekretnine-984> [14.09.2019.].

<sup>10</sup> Propisi.hr: Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj, dostupno na: <http://www.propisi.hr/print.php?id=8051> [13.09.2019.]

<sup>11</sup> Dobrota A. (2019.): Nelegalno iznajmljivanje ponovno u nadležnosti turističke inspekcije, Cimerfraj, dostupno na <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/nelegalno-iznajmljivanje-turisticka-inspekcija>, [14.09.2019.].



Neka od pravila kojih se iznajmljivači moraju predržavati:

- Rješenje o pružanju usluga u domaćinstvu
- knjiga „Evidencija prometa”
- vidno istaknuti cjenik usluga u svakoj smještajnoj jedinici
- prijava gosta
- standardiziranu ploču na glavnom ulazu u objekt imati postavljenu
- svi izdani računi za tekuću godinu po rednom broju
- plaćen godišnji paušalni iznos boravišne pristojbe, članarina Turističkoj zajednici i godišnji porez<sup>12</sup>

Bitno je da se kao i u svakom poslovanju pridržava ovih stavki. Rješenje o pružanju usluga smije legalno iznajmljivati. U knjigu „Evidencija prometa“ upisuje sav svoj dohodak te mu je je to kasnije potrebno da bi platio godišnju članarinu Turističkoj zajednici. Standardiziranu ploču dobiva od ovlaštenih knjižara ili poduzeća koje se bave prodajom istih, samo ako ima legalno rješenje. Pri posjeti gosta, mora ga prijaviti te mu uzeti podatke kao što su: ime, prezime, mjesto prebivališta i boravišta, datum rođenja, nacionalnost. Računi mu kronološko moraju biti popisani u knjizi „Evidencija prometa“.Cjenik mora biti izvješten na vidljivom mjestu u smještajnoj jedinici jer po njoj ispisuje iznos cijene noćenja na ručunu.

---

<sup>12</sup> Iznajmljivači.hr (2017.): Što kao iznajmljivač morate imati kako vas ne bi kaznila inspekcija?, dostupno na: [https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/sto-kao-iznajmljivac-morate-inspekcija/\[10.01.2019..\]](https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/sto-kao-iznajmljivac-morate-inspekcija/[10.01.2019..])

## 2.3 Tržište nekretnina privatnog smještaja

U svakodnevnom okruženju često čujemo kako su cijene nekretnina narasle. No treba napomenuti kako u svim županijama to nije isti slučaj. Najviše se porast cijena nekretnina događa na tržištu grada Zagreba te na nekretninama uz more jer tu najviše raste turizam.<sup>13</sup>

Kako će se cijena definirati nastaje djelovanjem ponude i potražnje na tržištu nekretnina. „Potražnja se može definirati kao ona količina proizvoda (dobara) i usluga koju su kupci spremni kupiti po određenoj cijeni.“<sup>14</sup> „Ponuda je ona količina proizvoda koju su proizvođači ili prodavatelji spremni prodati po određenim cijenama u određenom razdoblju.“<sup>15</sup> U slučaju nekretnina ponuda bi bila broj nekretnina koje se nude na tržištu po određenim cijenama, a potražnja bi bila broj nekretnina koje se traže po određenoj cijeni.

Prema podacima Državnog zavoda za statistiku cijene stambenih objekata su u godinu dana poskupjele za 6,1%.<sup>16</sup> Često nekretninama na obali i u gradu Zagrebu zbog prevelikih cijena može se reći da ne postoji razmjer između traženih i realiziranih cijena. Za primjer navodi se grad Split gdje su najskuplji južni dijelovi grada s pogledom na more, poput Meja gdje četvorni metar stoji i do 4500 eura.<sup>17</sup>

Naravno da cijena nekretnine ovisi o mjestu u kojem se nekretnina prodaje, ali i poziciji same nekretnine unutar mjesta. U Dubrovniku i Splitu, kao poznatim turističkim mjestima te u Zagrebu najskuplji su stambeni kvadrati. Najjeftiniji su u Vukovaru, Sisku i Slavonskom Brodu.<sup>18</sup>

---

<sup>13</sup>Net.hr (2018.): Stručnjaci otkrivaju što će se dogoditi s cijenama stanova u 2019.: U centru su cijene rasle nevjerojatnom brzo, a evo što nas čeka sada, Net.hr, dostupno na: <https://net.hr/danas/novac/strucnjaci-otkrivaju-sto-ce-se-dogoditi-s-cijenama-stanova-u-2019-u-centru-su-cijene-rasle-nevjerojatnom-brzo-a-evo-sto-nas-ceka-sada/> [13.09.2019.].

<sup>14</sup>Grubišić, D. (2013.): „Poslovna ekonomija“, Ekonomski fakultet u Splitu, Split, str. 11.

<sup>15</sup>Ibidem, str. 61.

<sup>16</sup>DZS (2019), Dolasci i noćenja turista u 2018., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/13-01-02\\_04\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/13-01-02_04_2018.htm) [13.09.2019.].

<sup>17</sup>Poslovni dnevnik (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj ponovno divljaju: Stručnjaci objasnili zašto, Poslovni dnevnik, dostupno na: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/cijene-nekretnina-u-hrvatskoj-ponovno-divljaju-strucnjaci-objasnili-zasto-356247> [14.09.2019.].

<sup>18</sup>N1 (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj nezaustavljivo rastu, N1, dostupno na: <http://hr.n1info.com/Vijesti/a401647/Cijene-nekretnina-u-Hrvatskoj-nezaustavljivo-rastu.html> [14.09.2019.].

Prema Ž. Lovrinčeviću cijene nekretnina u dugome roku reagiraju i na inflaciju i na promjene kamatnih stopa. U kratkome roku na cijene nekretnina najviše utječu krediti stanovništvu, dinamika sklapanja brakova i inflacija. Cijene nekretnina utječu i o sljedećem:

- na rast kamatne stope od 1 % u dugome roku cijene nekretnina smanjuju za 0,28 %
- rast obujma građevinskih radova od 1 % smanjuje cijenu nekretnina za 1,75 %.<sup>19</sup>

Jedan od razloga velikog porasta cijena nekretnina je iznajmljivanje istih u turizmu. Rijetko tko, tko danas ima nekretninu, u njoj ne traži način dodatne zarade u turizmu. Nekretnine seuređuju, traži se način kako što više ponuditi, biti što autentičniji na tržištu jer jedino tim pristupom se može opstati s obzirom na to da ponuda polako prerasta potražnju.

## **2.4 Obiteljski biznis i investiranje u obiteljski biznis**

Ulaganje u stambene nekretnine sa svrhom turističkog najma često je obiteljski biznis. „Obiteljsko poduzetništvo, obiteljski biznis odnosno obiteljsko poduzeće predstavljaju pojmove kojima se zajednički opisuje uključenost obitelji u obavljanje određenih, po obitelji, odabranih gospodarskih djelatnosti s ciljem ostvarenja dobiti (profita), bez obzira na institucionalni aspekt putem kojeg se poslovanjem obavlja.“<sup>20</sup> U obiteljsko poduzeće može biti uključen jedan član, neki članovi ili svi članovi obitelji.

Prednosti koje možemo navesti kada smo uključeni u obiteljsko poduzeće je možda ono što najviše obilježava obitelj a to je obiteljska povezanost i želja da se sačuva ono što je stečeno. Da obitelj postigne što bolji glas najviše će se pokušati postići članovi obitelji i biti istinski predani tome te se možda i odreći neki stvari, a pritom svi članovi međusobno imaju visoku razinu brige za pojedince. Biznis pokušavaju usmjeriti na dugi rok s obzirom na to da u obitelji ostaje dugo, ako ne i trajno.<sup>21</sup> Tako obiteljski biznis može biti i ugodan za rad svim ostalim neobiteljskim članovima koji mogu biti uključeni u rad.

Pod upravljanjem nekretninama (eng. Property management) se podrazumijeva smještaj unajmitelja, u ovom slučaju turista, održavanje i popravci te sveukupna administracija

---

<sup>19</sup>Lovrinčević, Ž., Vizek, M. (2008): „Determinante cijena nekretnina u Republici Hrvatskoj i potencijalni učinci liberalizacije tržišta nekretnina“, Zagreb, str. 723-734.

<sup>20</sup>Kružić D.(2012.): „Obiteljska poduzeća“, Ekonomski fakultetu u Splitu, Split, str.32.

<sup>21</sup>Ibidem, str.60.

povezana s tom nekretninom.<sup>22</sup> Dodatno se smatra da bi upravljanje nekretninama trebalo uključivati i druge upravljačke dužnosti poput pregovaranja o cijenama najma, pronalaženje optimalnih unajmitelja, upravljanje postojećim ugovornim unajmiteljima te pregovaranje o njihovim eventualnim produljivanjem te kontrola poštivanja potpisanih ugovora s postojećim unajmiteljima.<sup>23</sup> Naravno da navedeni proces ovisi o samoj složenosti nekretnine. U Hrvatskoj u obiteljskim upravljanju su najčešće manje nekretnine te se time navedeni procesi nisu toliko složeni kao kad se radi o velikim nekretninama poput trgovačkih lanaca primjerice.

Upravljanjem nekretninom u turizmu smatra se i komuniciranje s ljudima. Komunikacija se događa između vlasnika i stanara kao i između vlasnika i radnika koji su zaposleni u poduzeću. To mogu biti radnici koji će popraviti nastale štete ili osoba koja održava smještaj. Zato je bitno da je vlasnik dobar u čitanju ljudi. Dobrom intuicijom moramo postaviti ljude za koje smatramo da neće uništavati nekretninu i koji će je paziti.<sup>24</sup>

Tako možemo da na konkretnom primjeru upravljanja obiteljskih nekretnina sudjeluje cijela obitelj, aktivno ili ne. Osoba ili osobe koje sudjeluju aktivno brinu o čistoći nekretnine, dočeku gostiju, izdavanju računa, plaćanje svih pristojbi, komunikaciji s gostima, briga da se gost osjeća što ugodnije. Osoba ili osobe koje ne sudjeluju aktivno također znaju sve ciljeve i odriču se nekih stvari, ali su zaposleni na drugom mjestu ili ne žive u zajednici s vlasnikom nekretnine ili se školuju ili nisu sposobni pomagati u navedenim aktivnostima te rijetko kada pomognu. Često i sudjeluju u prijedlozima kako poboljšati popunjenost obiteljske nekretnine. „Sva uspješna obiteljska poduzeća donose brojne odluke, pri čemu kvaliteta odlučivanja ovisi o svim važnim pitanjima s kojima se susreću poduzetničke obitelji, a koja se javljaju u područjima planiranja procesa nasljeđivanja, strateškog planiranja u okviru poslovnog sustava i strateškog planiranja u okviru poslovnog sustava.“<sup>25</sup>

U obiteljskom biznisu ulaganja u nekretninu za turistički najam odluke najčešće donosi vlasnik nekretnine, a prijedloge dobiva od članova obitelji. Ako vlasnik nekretnine nije upućen kako uspješno voditi obiteljsku nekretninu, odluke prepušta djeci, supružniku ili bližoj rodbini. Prva odluka koju treba donijeti ako kupuje nekretninu je na kojoj lokaciji, veličina stana, te hoće li kupiti već namještenu nekretninu ili za preuređenje. Ako posjeduje nekretninu

---

<sup>22</sup>Penn Foster (2019): Introduction to Property Management, Penn Foster, str. 1.

<sup>23</sup>Scarrett D. (1995). Property Asset management. 2nd ed. E and FN SPON; London, str. 12.

<sup>24</sup>Penn Foster (2019): Introduction to Property Management, Penn Foster, str. 2.

<sup>25</sup>Kružić D., op.cit., str.129.

mora odlučiti isplati mu li se prenamijeniti za iznajmljivanje. Sljedeća odluka koju treba donijeti je kako urediti nekretninu, na koji način postaviti ležaje, hoće li iznajmljivati cijele godine ili sezonski. Mora i odlučiti tko će voditi brigu o cijelom poslovanju, netko iz obitelji ili netko tko nije krvnog srodstva. Naravno ako brigu vodi osoba koja nije krvnog srodstva, manje zarade ostaje u obitelji. Sve te odluke odlučuju o isplativosti upravljanja nekretnine, a najvažnije je maksimizirati vrijednost nekretnine.

Svaki uspješni investitor shvaća da je lokacija korisnicima vrlo važna.<sup>26</sup> Ona je ono što mu može više gostiju od nekretnina koje su u perifernom dijelu grada. Pod odličnom lokacijom možemo smatrati da se nekretnina nalazi u blizini centra, znamenitosti ili u blizini željeznica, trajekta, vlakova, autobusa.

Jako je bitno uložiti što bolje urediti nekretninu, a na nekim područjima uštedjeti. Primjerice ne moramo imati najskuplji namještaj u smještaju. Jeftiniji, ako je udoban, jednako dobro služi. Naravno da kada preuređujemo smještaj nemamo neograničeni iznos za investiranje, stoga moramo imati plan kako što funkcionalnije urediti nekretninu a nepotrebne troškove izbjeći. Ne smijemo biti sigurni da ako stavimo u funkciju smještaj da će nam sigurno donijeti zaradu. Svaki smještaj, iako imao odličnu lokaciju, blizu svih sadržaja, lijepo uređenje i odnos prema gostu, može donositi manju zaradu nego smo očekivali. Svako poslovanje sa sobom nosi određeni rizik.

„Rizik je neizbježni pratilac svakoga novog pothvata, slijedom čega neki poduzetnički pothvati uspjevaju a neki propadaju: [...] Financijski rizik (poduzetnici ulažu svoju ušteđevinu ili se zadužuju kod drugih i garantiraju svojom imovinom povrat kredita [...]); obiteljski rizik (poduzetnikova obitelj može patiti od emocionalnog stresa u slučaju propasti posla i gubitka obiteljske imovine)“.<sup>27</sup>

Uključivanje obitelji u donošenje odluka važan je čimbenik kvalitete poslovanja. Ako se ne odredi tko donosi odluke može doći do rivalstva obiteljskih članova ili sukoba među generacijama.

---

<sup>26</sup>Brueggeman W. (2016.): „Real estate finance and investments“, McGraw-Hill Education, New York, str. 254.

<sup>27</sup>Kružić D., op.cit., str.12.

Sukob je nemoguće izbjeći, čak u mnogim malim poduzećima konflikt se čini kao nešto što se događa svaki dan. Neka pravila koja mogu pomoći da se izbjegnu sukobi su:

- utvrditi uloge i odgovornosti tako da se uspostavi službeni opis posla svakog zaposlenika u poduzeću, bio on član obitelji ili ne. Jer često u sporu svađa brzo eskalira a kada su uloge i odgovornosti definirane, sukobi su rjeđi.

- prepoznati snažne performanse. Ugovori bi se trebali davati na temelju zasluga i iskustva a ne porodičnih odnosa. Također je bitno izbjegavati tretiranje zaposlenika koji su članovi obitelji i one koji nisu. Favoriziranje jednog člana obitelji ispred drugog također je jednako loše i trebalo bi izbjegavati. Ukoliko se dogodi ovakva greška bitno je prepoznati i ispraviti ponašanje.

- komunikacija mora biti iskrena jer skrivanjem informacija stvara se nepovjerenje. Također treba dati do znanja zaposlenicima lanac zapovijedanja ukoliko dođe do sukoba.

- uspostavljanje granica jer u obiteljskim poduzećima često se pri pojavi sukoba pomiješaju privatni i poslovni problemi. Također korištenje sredstava, pozajmljivanje opreme ili zaposlenika od poduzeća članovima obitelji koji nisu aktivno angažirani u poslovanju trebalo bi zabraniti ili ograničiti. Ako ih oni koriste kada im je potrebno, to može narušiti poslovanje poduzeće, tj. nazadovati ga. Uspostavljanje jasne granice koja dijeli radno i privatno vrijeme je od presudne važnosti. Među članovima obitelji koji vode posao zajedno vrijeme može biti zabavno ali potrebno je da ujedno bude i korisno, a to se može samo ako se poštuju granice. Uspostavljanjem granica za vrijeme radnih sati vlasnici jačaju obiteljski odnos te istovremeno i radni. Postavljanjem jasnog rasporeda treba poštivati slobodno vrijeme zaposlenika.

- moguće formiranje vijeća za podnošenje pritužbi. Postavljanje vijeća koji je upoznat s pitanjima koja predstavljaju problem za daljnji razvoj može biti korisno. Ponekad neutralna, treća osoba, poput profesionalnog posrednika ili savjetnika može voditi poduzeće ka produktivnijim rješenjima. U slučajevima kada nesklad i sukob ometaju svakodnevne poslovne aktivnosti, preporučljivo je zaposliti stručnjaka koji će riješiti probleme i eventualno olakšati promjene koje su dovele do problema.<sup>28</sup>

---

<sup>28</sup>Ives, B. (2019.): Managing Conflict of Interest in a Family-Owned Property Management Setting, Appfolio Property management, Dostupno na <https://www.appfolio.com/blog/2014/11/managing-conflicts-of-interest-in-a-family-owned-property-management-setting/> [10.01.2019.]

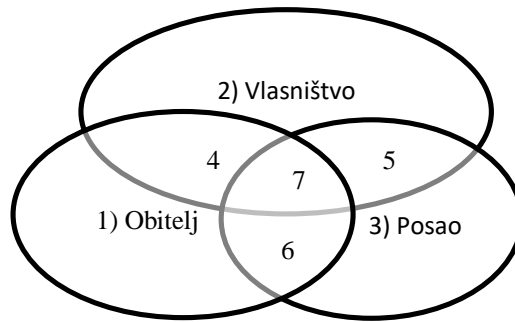
Sukobe među članovima obitelji se ne mogu izbjeći ali primjenom svih gore navedenih pravila mogu se smanjiti mogući konflikti. Često je i teško odvojiti privatno od poslovnog jer su obiteljski članovi zaposlenici s kojima živimo. Teško je suzdržati emocije i uvijek misliti na pravila kojih se morao pridržavati da bi izbjegli konflikte. Poželjno je izbjegavati razgovor o poslu u domu i u slobodno vrijeme te na poslu miješati obiteljske probleme. Svi članovi obitelji bi trebali biti jednako uključeni ili onako kako je dogovoreno ugovorom o radu ili međusobnim dogovorom za bolji sklad, a vlasnik treba donositi odluke. Ako se to ne poštuje, jedna osoba može osjećati da nosi cijeli teret poslovanja te kasnije se žaliti i tako može nastati mogući konflikt.

## **2.5 Koncept obiteljskog poduzeća**

Pri istraživanju Tauguri i Davis's došli su do zaključka da su obitelj, posao i vlasništvo međusobno povezani, ali što se dalje proučavalo dovelo je do preklapanja ta tri subjekta u smislu da su neophodni u organizaciji obiteljskog biznisa. Postoji model kojim se preklapaju ta tri subjekta te se uzimaju za analizu kod konflikata i prioriteta u obiteljskom poduzeću. U tom modelu postoji 7 sekcija gdje se predstavlja svaki sudionik obiteljskog poduzeća. Poznavajući model i pojedinačnu ulogu pomaže razumjeti kako organizacijske karakteristike utječu na individualna gledišta. Cijeli se biznis može promijeniti ako se nečije gledište proširi te uzrokuje reakciju u cijelom sistemu jer obiteljski biznis sačinjava kombinacija ljudi koji imaju različita gledišta bazirana na poziciji u obiteljskim, poslovnim i vlasnički domenama.<sup>29</sup>

---

<sup>29</sup> Wiriyakitjar R. (2013.): Lifestyle and Service Quality: An Analysis of Family Run Hotels in Chiangmai Province, Thailand, dostupno na: <http://clock.uclan.ac.uk/10637/1/Wiriyakitjar%20Rawida%20Final%20e-Thesis%20%28Master%20Copy%29.pdf>, [10.01.2019.].



## Grafikon 2: Model tri kruga obiteljskog poduzeća

Izvor: Gersick K. i dr. (1997.): Generation to Generation : Life Cycles of the Family Business

Objašnjenje bi bilo da se vlasnici nalaze unutar najgornjeg kruga, svi članovi obitelji se nalaze unutar donjeg lijevog a svi zaposlenici unutar donjeg desnog kruga. Vlasnik koji je član obitelji ali ne zaposlenik će biti u dijelu broj 4, vlasnik koji radi u poduzeću ali nije član obitelji će biti u dijelu broj 5, a vlasnik koji je zaposlenik i član obitelji će biti unutar sva tri kruga.<sup>30</sup>

U tom krugu obitelj bi predstavljala krvno srodstvo dvaju ili više osoba koje su krvno povezane ili bilo koja legalna povezanost putem braka ili posvajanja. Sljedeći krug je posao. Kao ekonomska jedinica to je firma koja proizvodi i distribuira ili razmjenjuje proizvode i usluge s kupcima. Zadnji krug je vlasništvo koje predstavlja vlasništvo nad poslom koje je u rukama jedne osobe ili male grupe ljudi.<sup>31</sup>

U upravljanju obiteljskih nekretnina u poduzeću obitelj bi bili svi članovi uže obitelji koji žive zajedno. Oni se najčešće i koriste dohotkom od iznajmljivanja jer se dohodak koristi za potrebe kućanstva, iako neki članovi mogu biti i zaposleni u drugim poduzećima. Vlasništvo bi bila, ili jedna osoba na kojoj je vlasništvo, ili više vlasnika, no onda se moraju svi suglasiti da se smještajna jedinica može iznajmljivati. Da bi se iznajmljivala nekretnina potrebno je rješenje za pružanje ugostiteljskih usluga u domaćinstvu, a za to dobiti mora se dokazati

<sup>30</sup> Gersick K. i dr. (1997.): Generation to Generation : Life Cycles of the Family Business, Harvard Business School Press, Boston, str. 6.

<sup>31</sup> Wiriyakitjar R. (2013.): Lifestyle and Service Quality: An Analysis of Family Run Hotels in Chiangmai Province, Thailand, dostupno na: <http://clock.uclan.ac.uk/10637/1/Wiriyakitjar%20Rawida%20Final%20e-Thesis%20%28Master%20Copy%29.pdf>, [10.01.2019.].



vlasništvo.<sup>32</sup> Pod posao bi se smatrali svi članovi obitelji ili ne članovi obitelji koji održavaju nekretninu, čiste, dočekuju goste.

## 2.6 Kako poboljšati upravljanje obiteljske nekretnine

Bitno je da se gosti tih dana dok su na odmoru osjećaju što ugodnije. Ono što iznajmljivači mogu napraviti je da rade na gostoprimstvu. Poželjno je saznati što više o preferencijama gostiju, njihovim željama i navikama te pokušati na što više njih udovoljiti. To možemo pokušati na nekoliko načina:

- edukacijom domaćina,
- poticanja odgovornog ponašanja gostiju koje primamo u svoj smještajni objekt,
- saznavanje kvalitetnih informacija,
- razvoj informacijskih centara,
- korištenje IT tehnologija...

Područje upravljanja i planiranja sigurnosti je zasigurno jedno od najzahtjevnijih te podrazumijeva niz mjera i aktivnosti a to možemo pokušati jačanjem prevencije i suradnje između lokalnog stanovništva i organa sigurnosti (bolja rasvjeta, nadzor nad javnim površinama).

Kada je riječ o planiranju smještaja, nužno je voditi računa o:

- praćenju razvoja novih kapaciteta,
- identificiranju i primjeni standarda kvalitete.<sup>33</sup>

Danas turističke zajednice često organiziraju edukacije domaćina na kojima iznajmljivači imaju priliku poslušati novitete u poslovanju te upitati ako ih nešto interesira. Ljubaznošću i uslužnošću potičemo gosta na odgovorno ponašanje, te će gost savjesnije se odnositi prema

---

<sup>32</sup> Iznajmljivači.hr (2017.): Kategorizacija apartmana: kako kategorizirati apartmanski smještaj, dostupno na: <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/kategorizacija-apartmana/>, [10.01.2019.]

<sup>33</sup>Petrić, L., op.cit., str. 61.

imovini iznajmljivača. Gosti često istraže mjesto u koje dolaze no to nije uvijek slučaj. Mnogi dođu i u želji da se osjećaju kao lokalno stanovništvo upitaju samog iznajmljivača što doživjeti i što posjetiti. Korištenjem IT tehnologije prati se korak s inovacijama. Većina danas rezervira smještaj preko interneta, koristeći razne platforme za rezervaciju smještaja.

Kada gost ima želju posjetiti neku zemlju prvo se raspita jeli ona sigurna za njega. Iznajmljivač također može doprinijeti da se gost osjeća sigurno. Može umetnuti sef u smještajnu jedinicu, staviti bolju rasvjetu oko smještajne jedinice ili ako je moguće postaviti ogradu ili zaključavati portun. Također ako dožive nekakvu nezgodu putem, pomoći im da je isprave jer došli su u stranu zemlju i teže se snalaze nego lokalno stanovništvo. Također poželjno je biti često na usluzi, jer usluga pružanja noćenja smještajnih jedinica nije samo kada gost prespava, ono je i kada mu se nudi dragocjeno vrijeme da mu se pomogne u situacijama koje ne može znati osim ako nije lokalni stanovnik. Svako mjesto ima svoje načine ponašanja koji možda nisu uvaženi u drugom dijelu svijeta. Poželjno je napomenuti to gostu kako bi izbjegao moguće konflikte s lokalnim stanovništvom.

Smještaj bi trebao pratiti trendove što se opreme tiče kao i izgled smještajne jedinice. Ako je novitet da se ima npr. aparat za kavu, poželjno je da se nabavi jer tako olakšavamo gostu boravak. Namještaj i oprema koju se nudi mora biti kvalitetna da bi se gost osjećao što ugodnije u smještajnoj jedinici.

Gostoprinstvom domaćin potiče turista da se vrati ponovno na odmor u to turističko mjesto, a samim time on troši svoj dohodak. Potrošnja izazvana turizmom se događa izvan mjesta boravka te dolazi do prenošenja dohotka iz zemlje u zemlju što je inozemni turizam ili iz regije u regiju što je domaći turizam.<sup>34</sup>

Neki od ciljeva koje moramo pokušati postići pri komunikaciji s gostom da bi bili što ljubazniji i uslužniji su:

- da se ne zadovoljavaju želje gostiju nego da se nadmaše
- potencijalna pitanja predvidjeti i odgovoriti na ista
- na pristojan način pokušati ispitati i najsitnije detalje<sup>35</sup>

---

<sup>34</sup> Andrić N. (1980.): „Turizam i regionalni razvoj“, Informator, Zagreb, str. 23.

<sup>35</sup> Galičić V., Laškrin M. (2011.): „Putevi do zadovoljnog gosta“, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija.

Svaki turist sa putovanja nosi neke uspomene. Destinacije koje su turisti odabrali kao one koje moraju posjetiti, pomno su istraživali, znamenitosti koje će posjetiti, mjesta koja moraju doživjeti. Ali ono što najviše pamte su onako kako su bili tretirani. Gosti očekuju da će dobiti smještaj no premašivanjem njihovih očekivanja može se dobiti osoba koja će ostati vjerna destinaciji u kojoj se osjećala ugodno. Vjerojatno će i pričavati bližnjima te tako dovesti još posjetitelja. Iznajmljivač se mora postaviti kao da je on gost te tako predvidjeti njihova potencijalna pitanja koja ih mogu moriti kada stignu u mjesto koje nije njihovo prebivalište. Iznajmljivač treba saznati osjećaju li se ugodno te pokušati ispraviti ako može ono zbog čega se možda ne osjećaju ugodno.

Kako bi se istaknuli mora se gostu uvijek ponuditi više. Pokazujući na mapi mjesto ili koristeći se fotografijama pomaže da se snađe onome tko nije upoznat s lokacijom objekta.<sup>36</sup>

Na kraju, bitno je naglasiti da je upravljanje obiteljskom nekretninom u turizmu složeno te da je potrebno što više članova obitelji u prijedlozima kako poslovati. Vjerojatno mlađa generacija je više upućena u korištenje tehnologije te samim time i oglašavanje obiteljske nekretnine. No naravno to nije jedina stavka koja pridonosi potpunosti smještaja. Bitne su odluke koje donosi vlasnik nekretnine kao što su organiziranost u vezi poslovanja te tko će preuzeti brigu o gostu i sve što dolazi uz to. Pravilnim odabirom ljudi svoj posao upravljanja obiteljskom nekretninom u turizmu ili pridonosi da iznajmljivanje je uspješno ili neuspješno.

---

<sup>36</sup>Brett D., Schmitz A. (2009.): „Real estatemarketanalysis“, Urban Land Institute, Washington, str. 22.

### **3 EMPIRIJSKI DIO RADA**

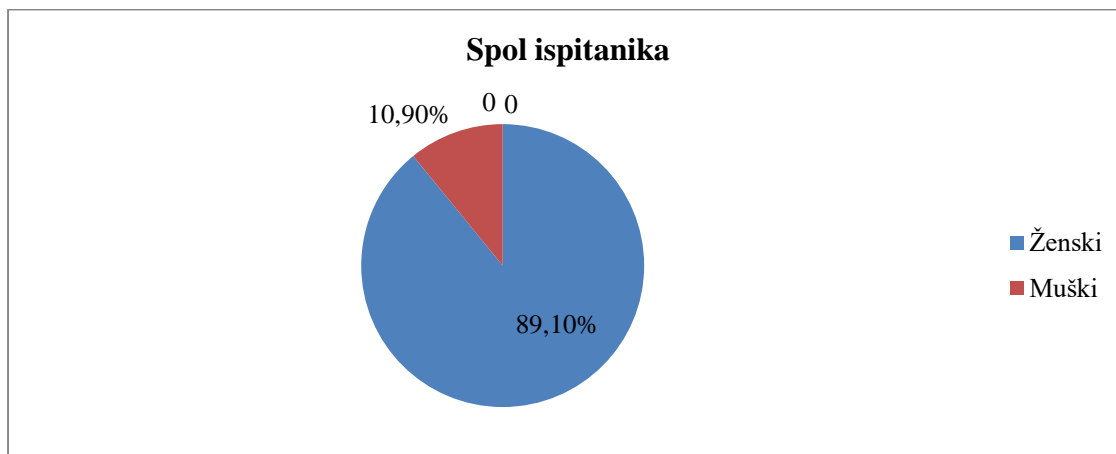
#### **3.1 Opis podataka**

Za ovaj dio rada su korišteni primarni podaci. Provedena je anketa sredinom 2019. godine među vlasnicima apartmana u Republici Hrvatskoj. Anketa je poslana u grupu privatnih legalnih iznajmljivača preko društvene mreže Facebook. Grupa je sastavljena od iznajmljivača raznih dijelova Hrvatske koji međusobno dijele savjete o što boljem upravljanju obiteljske nekretnine u turizmu na temelju iskustva. Anketu je popunila 101 osoba, a anketa je izrađena preko Google obrasca. Sva pitanja su bila obavezna a vrijeme potrebno za popunjavanje je 5-10 minuta. Ponuđen je pregled odgovora pojedinačno te sažeto. Podatke smo preuzeli u sažetom obliku te unijeli u statistički program Microsoft Office Excel.

Prva skupina pitanja se odnosila na dob, spol, radni status i stručnospremu. Drugi dio su bila pitanja o trenutnom stanju objekta koje iznajmljuju: mjesto, kategorija i vrsta objekta, razdoblje iznajmljivanja, prosječna zarada, prvobitna namjena nekretnine. Treći dio pitanja se odnosio na upravljanje nekretninom. Rezultati su prikazani uz pomoć deskriptivne statistike i tekstualno su obrađeni.

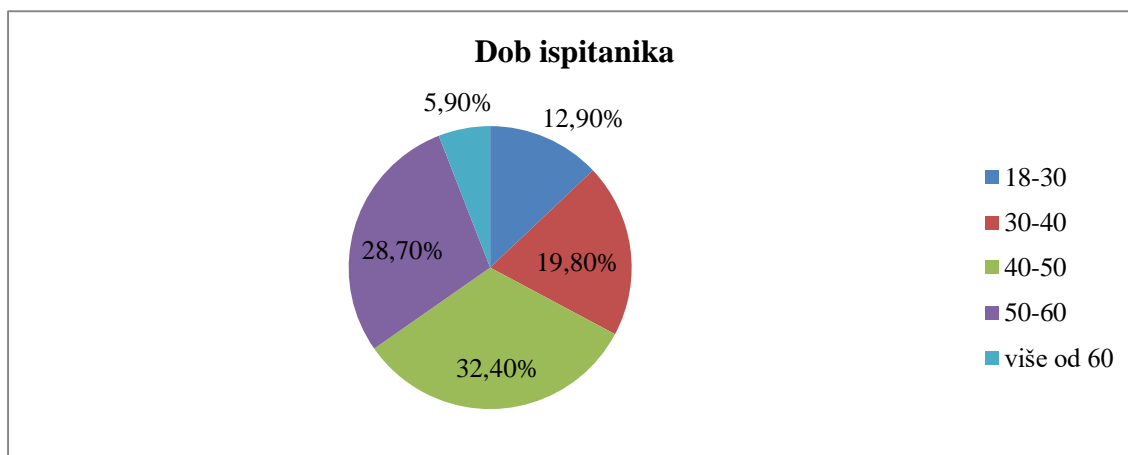
### 3.2 Empirijsko istraživanje

U prvoj skupini pitanja može se vidjeti demografske karakteristike ispitanih iznajmljivača. Iz grafikona broj 3. i 4. može se vidjeti da je najviše zastupljen ženski spol (89,1%), a dob koja je najviše zastupljena je 40-50 godina(32,4%).



**Grafikon 3: Spol ispitanika**

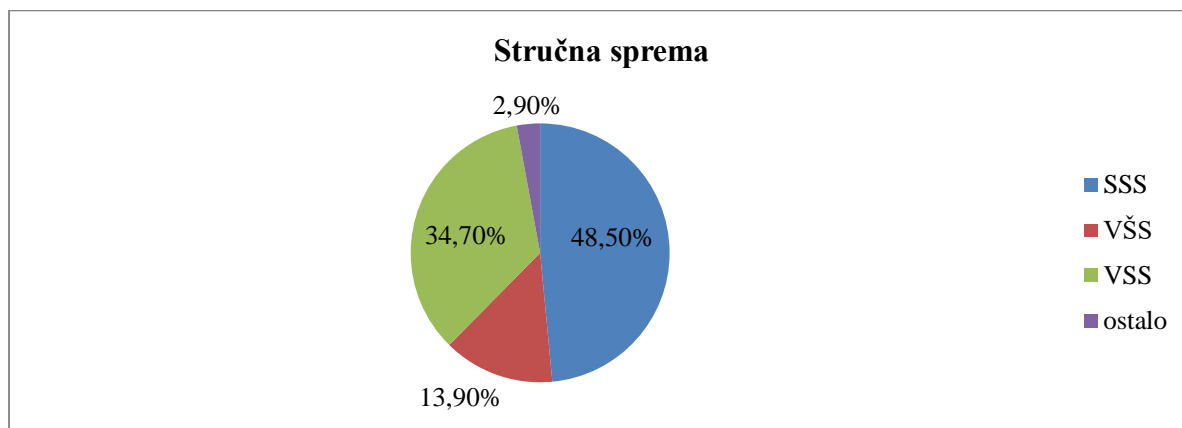
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019



**Grafikon 4: Dob ispitanika**

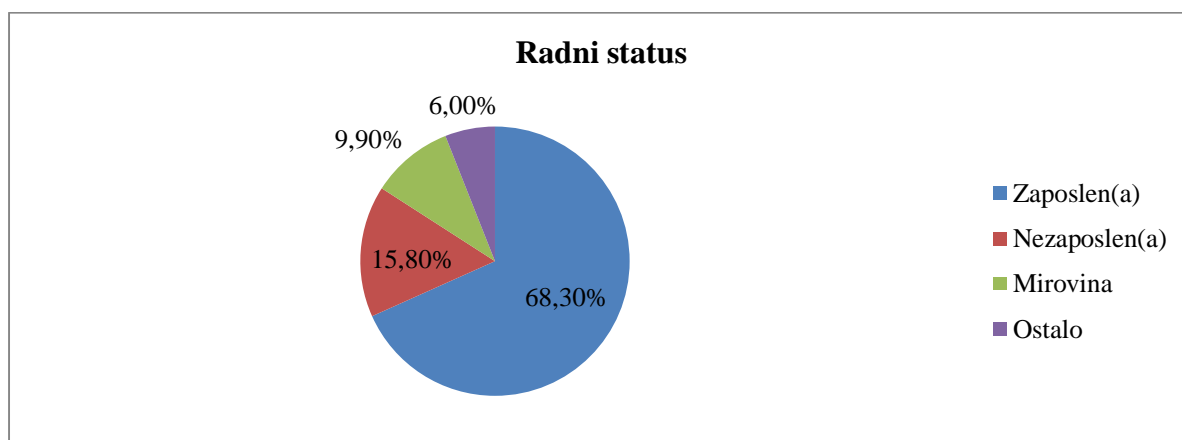
.Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.

Na sljedećim grafikonima, broj 5. i 6., može se vidjeti da najveći broj ima SSS, skoro polovica ispitanih, a 68,3% je u radnom odnosu. Podatak koji nije prikazan grafikonom je da 75,2% ispitanika uz iznajmljivanje ima i drugi posao a samo 24,8% se bavi samo iznajmljivanjem smještaja.



**Grafikon 5: Stručna sprema**

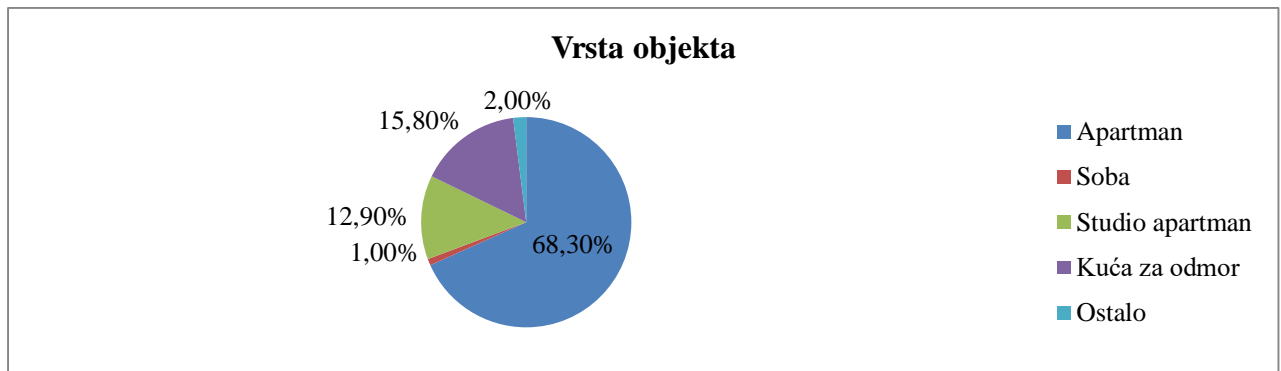
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.



**Grafikon 6: Radni status**

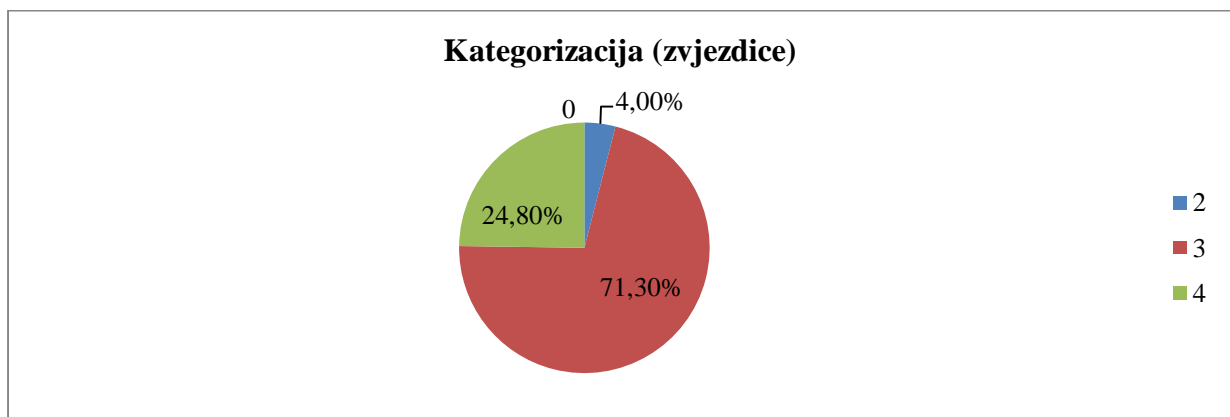
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.

Drugi dio pitanja se odnosio na objekte koje iznajmljuju. U grafikonu 7. prikazano je da najviše se iznajmljuju apartmani(68,3%) te kuća za odmor (15,8%), a najmanje soba (1%). To bi značilo da su iznajmljivači prepoznali pretvaranje smještajnih jedinica koje posjeduju apartmane kao najbolju opciju ili opciju najprikladniju za njihovo očekivanje od poslovanja. Objekti najčešće imaju 3 zvjezdice kao kategorizaciju, što je prikazano u grafikonu 8. To bi značilo da zadovoljavaju osnovne uvjete za život, oprema apartmana je dostatna za boravak u smještajnoj jedinici. Iznajmljivač dodatno može opremiti smještajnu jedinicu ali po želji i u koliko smatra da je to potrebno ponuditi gostu. Podatak koji nije prikazan u grafikonu je da njih 98% smatra da je uređenje objekta bitno za bolju popunjenost dok 2% ne smatra to kao bitnu stavku.



**Grafikon 7: Vrsta objekta**

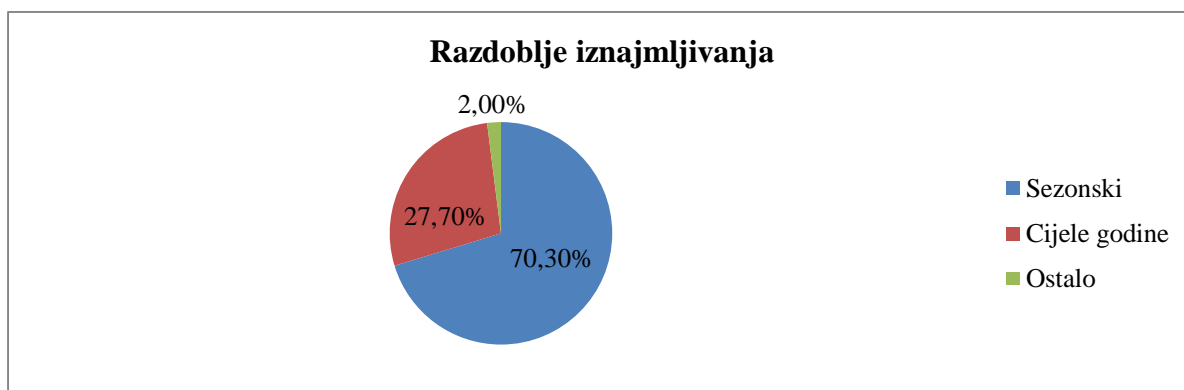
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.



**Grafikon 8: Kategorizacija smještaja**

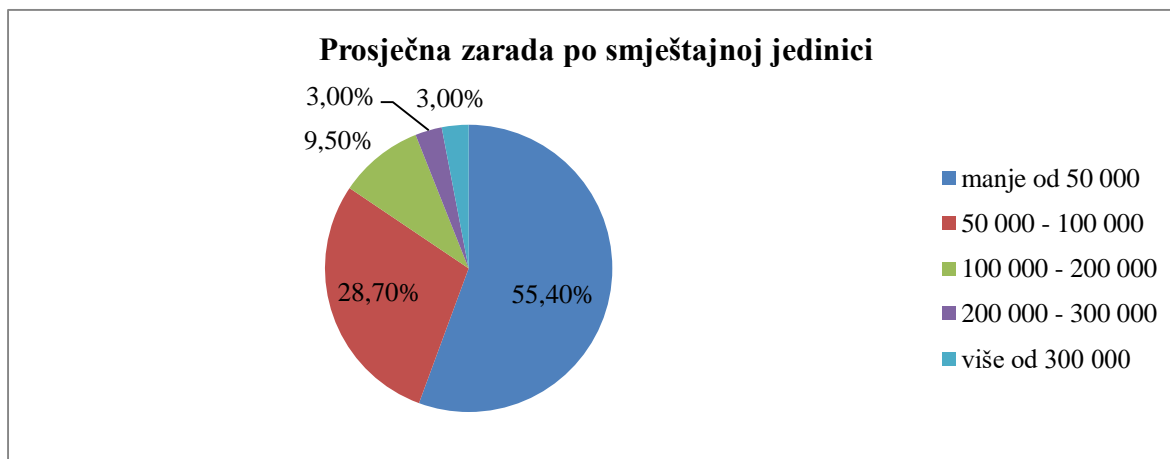
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019 .

Na grafikonu 9. vidi se razdoblje iznajmljivanja, a na grafikonu 10. prosječna zarada po smještajnoj jedinici. Skupina koja iznajmljuje sezonski posjeduje smještajne jedinice koje su u manjim mjestima Republike Hrvatske na obalnom području. Prikazana prosječna zarada po smještajnoj jedinici se odnosi na jednu smještajnu jedinicu koju posjeduje iznajmljivač. Ukoliko ih posjeduje više, izabrana je ona koja donosi najveću zaradu. Podaci koji nisu prikazani grafom je da njih 90,1 % smatra da se isplati iznajmljivati, 4% da se ne isplati, a ostatak je sadržan. Također nije prikazano grafikonom da 87,1% se planira u budućnosti baviti iznajmljivanjem dok 12,9 planira prestati. Uvidom u pojedinačne odgovore saznaje se da neki pojedinci koji smatraju da se isplati iznajmljivati ipak se ne planira u budućnosti baviti iznajmljivanjem.



**Grafikon 9: Razdoblje iznajmljivanja**

Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019

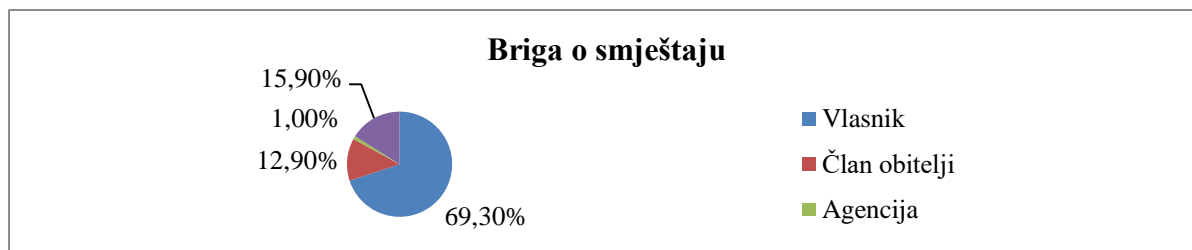


**Grafikon 10: Prosječna zarada po smještajnoj jedinici**

Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.

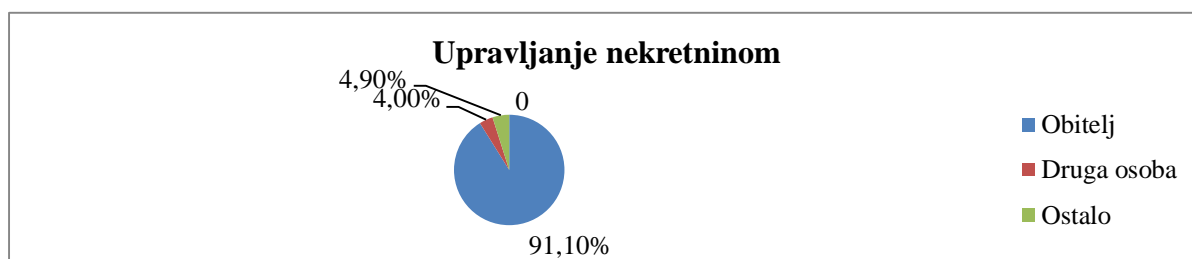


Treći dio se odnosi na upravljanje nekretninom. Na grafikonu 11. vidi se da većina (69,3%) vodi brigu o smještaju te na grafikonu 12. smatraju da je upravljanje nekretnine bolje ostaviti u krugu obitelji. 68,6% ispitivača je postojeću nekretninu preuredilo za iznajmljivanje, a 22,5% je kupilo nekretninu s namjerom iznajmljivanja, ostatak ispitanika su se izjasnili da su nekretninu izgradili za iznajmljivanje.



**Grafikon 11: Briga o smještaju**

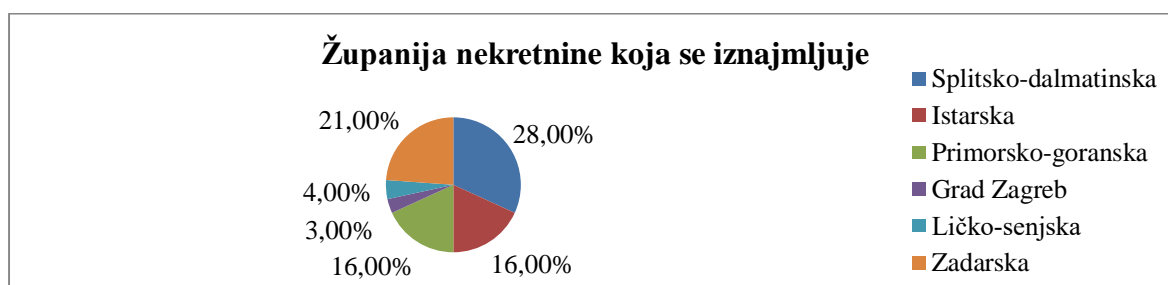
Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019



**Grafikon 12: Upravljanje nekretninom.**

Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.

Ispitanici su iz različitih dijelova Hrvatske. Najviše ispitanika je bilo iz mjesta koja su uz more. Pitanje se odnosilo na mjesto nekretnine jer neki i ne žive kraj nekretnine nego sezonski, a izvan sezone žive na kopnenom dijelu. Prethodni podaci su najviše bili temeljeni na podacima iznajmljivača iz Splitsko-dalmatinske i Zadarske županije koji zajedno čine skoro polovicu ispitanika ankete.



**Grafikon 13: Županija nekretnine koja se iznajmljuje**

Izvor: Rezultati anketnog istraživanja, 2019.

## 4 ANALIZA SLUČAJA: APARTMAN U SPLITU

### 4.1 Stanje na tržištu nekretnina u Splitu

U današnje vrijeme ako osoba ima poveću ušteđevinu najprije uloži u nekretninu, bilo za stanovanje ili za iznajmljivanje. Svota novca koja imaju najčešće nije dovoljna pa se uz ušteđevinu zadužuju kreditima u bankama ili barem pozajmicama od bližnjih za preuređenje nekretnina.

Prihod kod obiteljskih nekretnina se ostvaruje iznajmljivanjem nekretnina, bilo sezonski ili tijekom cijele godine kao i kombinacijom ovih dvaju opcija. Porast vrijednosti se ostvaruje pravilnim održavanjem nekretnine. No postoje situacije i na koje se ne može utjecati.

Iako osoba pravilno održava nekretninu neke od neugodnih situacija koje joj se mogu dogoditi su pad vrijednosti nekretnine kao što je bilo 2008. godine. Sve je počelo kada su bile snižene kamatne stope te je ljudima bilo pristupačnija kupovina doma. Rasle su i cijene nekretnina te su se gradili veliki brojevi nekretnina. Usporavanje gospodarstva i povećanje kamatne stope dovelo je do toga da zajmoprimci s niskim dohodcima nisu mogli vraćati hipoteke i prodavali su kuće. Uslijedio je velik broj nekretnina na prodaji te tako je dovelo do pada vrijednosti nekretnina.<sup>37</sup>

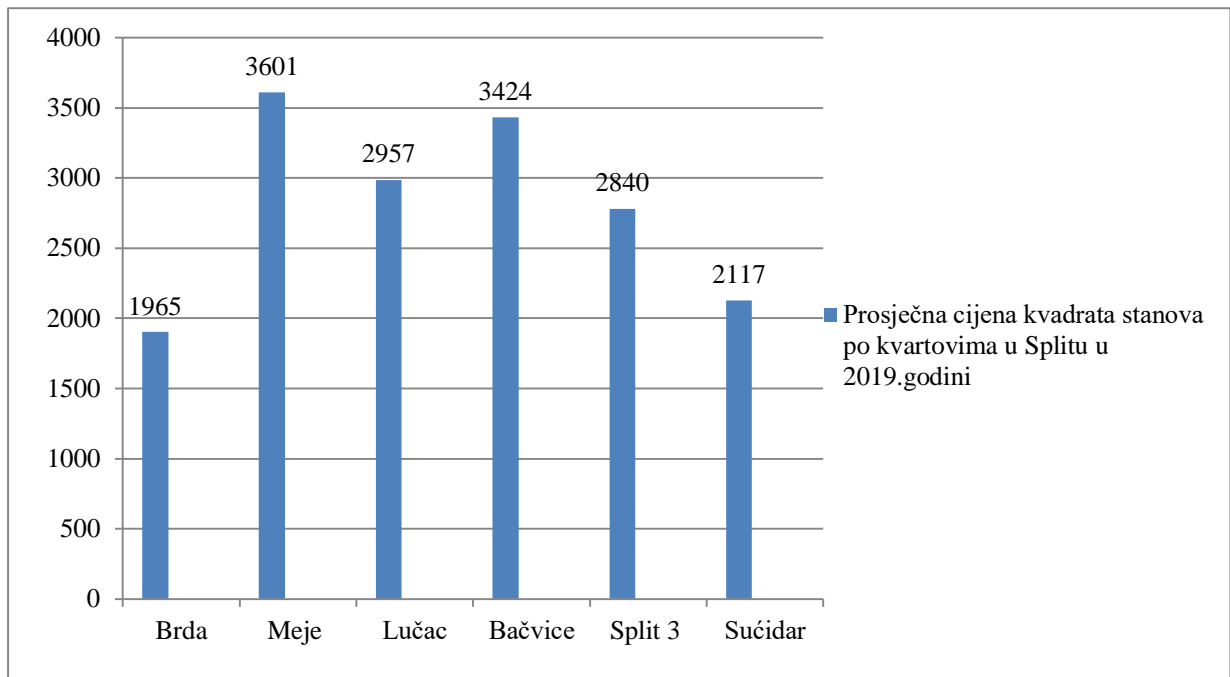
Najveći detalji bi se trebali predvidjeti na nekretnine na lokalnom tržištu koji su najviše usporedivi s planiranim razvojem. Neke od tih stavki su koliku nekretnina ima veličinu, kada je izgrađena i renovirana, broj prostorija i raspored istih, sadržaji koji se nalaze oko nekretnine, te sadržaji unutar nekretnine (balkon, drugi ugrađeni uređaji).<sup>38</sup>

U ovom dijelu prikazuju se nekretnine koje su kupljene i preuređene u svrhu iznajmljivanja, konkretno apartmanom u Splitu koji se nalazi u kvartu Lučac. Da bi se približila situacija prikazat će se u grafikonu 14. prosječne cijene kvadrata stanova u nekim kvartovima grada Splita.

---

<sup>37</sup>Wikipedia (2019.): Svjetska financijska kriza od 2007. godine, Wikipedia, dostupno na: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetska\\_financijska\\_kriza\\_od\\_2007.\\_godine](https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetska_financijska_kriza_od_2007._godine) [17.09.2019.].

<sup>38</sup>Brett D., op.cit., str. 19.

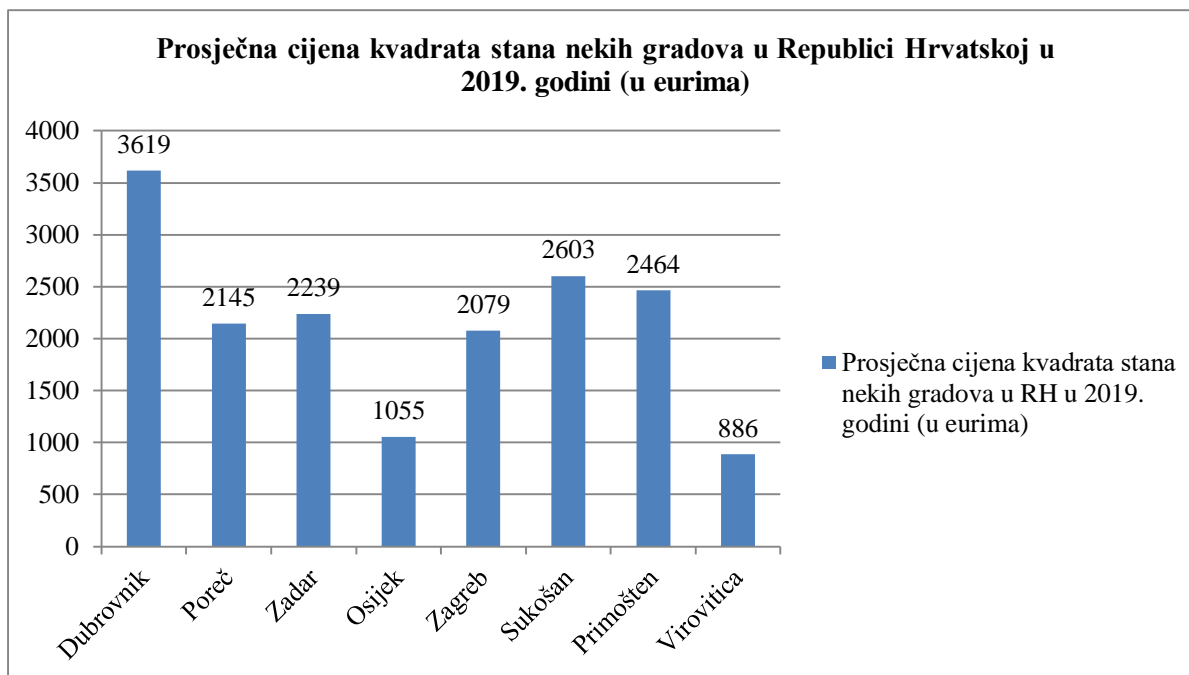


**Grafikon 14: Prosječna cijena kvadrata stanova po kvartovima u Splitu u 2019. godini (u eurima)**

Izvor: <https://www.gohome.hr/> [17.09.2019.]

U Splitu se uvelike razlikuju cijene kvadrata stanova od kvarta do kvarta. Tako može se vidjeti da u periferiji grada kao što su Brda i Sućidar, cijene su niže, a što kvart se više približava centru grada Splita, cijene rastu. Zbog prevelikog broja novonastalih apartmana u gradu Splitu, onaj tko je prije, dalje od centra, na rubnim dijelovima grada, imao apartmane, trenutno mu vjerojatno je teže ostvariti veću popunjenost. Mora konkurirati manjim cijenama ili da u ponudi ima nešto što drugi rijetko nude.

Prema GoHome tražilici u 2019. godini je trenutno stanje kvadrata stana 2868 eura u gradu Splitu. Radi usporedbe prikazat će se na grafikonu 15. cijene kvadrata ostalih dijelova Hrvatske.



**Grafikon 15: Prosječna cijena kvadrata nekih gradova u RH u 2019. godini (u eurima)**

Izvor: <https://www.gohome.hr/> [17.09.2019.].

Iz navedenog možemo vidjeti da Dubrovnik drži uvjerljivo najveću cijenu, ali i ima najdužu turističku sezonu od svih gradova na moru. Možemo vidjeti da i gradovi poput Primoštena i Sukošana koja su manja mjesta, imaju slične cijene kao i veći gradovi. Razlog tomu je prodaja apartmana, iako apartmani se u takvim mjestima iznajmljuju samo sezonski, a cijene variraju zavisi koliko je nekretnina blizu moru. Dok gradovi poput Osijeka i Virovitice gdje turizam nije razvijen, cijene kvadrata su znatno manje. Još neki od razloga zašto cijene variraju od mjesta do mjesta su razvijenost mjesta, zaposlenost stanovnika, geografski položaj mjesta.

## 4.2 Analiza primjera ulaganja obiteljske nekretnine u turističke svrhe

Apartman koji promatramo je kupljen uz uštedevinu od 380 000 kuna te 410 000 kuna kredita od banke. Kredit se isplaćuje u jednakim anuitetima od 3070,00 mjesečno kroz 13 godina. Cijena nekretnine je 614 000, a ostatak je potrošen na preuređenje te porez na nekretnine. Pod preuređenje se misli na nova instalacije struje i vode, namještaj, kupaonsku keramiku te opremu apartmana. Pod opremom apartmana smatraju se kućanski aparati, sanitarije, namještaj u sobi te u dnevnoj sobi, pribor za jelo, čaše, tanjuri, dekoracija stana, kauč, posteljina, ručnici, televizija, bojler, prozori, vrata, klima. Porez na promet nekretnina je u trenutku kupnje apartmana iznosio 4%, te je plaćen u cijelosti iznos od 24560,00 kuna.

Apartman je tek krenuo s radom od 8. mjeseca 2018. godine, a prosječna popunjenost 2018. godine bila je 100 dana. Cijena koju vlasnik formira za iznajmljivanje ovisi o cijenama na tržištu sličnih apartmana.<sup>39</sup> Cijene variraju od mjeseca do mjeseca. 7. i 8. mjesec je 750 kuna noćenje, 9. i 10. mjesec je 400,00 kuna/noćenje te nakon toga do kraja godine 200,00 kuna/noćenje.

Apartman može primiti 2 osobe tako da je boravišna pristojba 690,00 kuna za cijelu godinu, a porez i pririz na dohodak od iznajmljivanja je 690,00 kuna. Gradu Splitu ide 0,016% od sveukupne zarade te godine. Prosječne mjesečne režije su 500,00 kuna. Velik dio zarade uzimaju strane agencije za oglašavanje (15% od bruto zarade uzima Booking.com, dok Airbnb uzima 3% od iznajmljivača, ali povećava cijenu gostima). Čišćenje, dočekivanje gostiju obavlja član obitelji, a pranje i peglanje posteljine se obavlja u domaćinstvu vlasnika.

Iznos članarine turističkoj zajednici dobijemo tako da dohodak od iznajmljivanja pomnožimo sa 0,1615 za područje grada Splita te podijelimo sa 100.

U tablici 1. je prikazano koliko je vlasniku ostalo sredstava nakon prve godine iznajmljivanja. Prema viđenom može se reći da je na kraju godine uz sve izdatke vlasnik bio na pozitivnoj nuli, čime je i donekle zadovoljan obzirom da je uspio platiti sva dugovanja (osim kredita u cijelosti).

Napomena za tablicu 1. je da se režije kao i mjesečni anuitet kredita odnose na 5 mjeseci, a ne cijelu godinu. Razlog tome je što je nekretnina kupljena u 8. mjesec te samim time plaća režije za 5 mjeseci kao i ratu kredita.

---

<sup>39</sup>Brueggeman W., op.cit., str. 258.

Puno je uloženo na uređenje i opremu apartmana. Jako je bitno da se gost osjeća što ugodnije dok je na odmoru. Primjerice, postoji apartman koji je u istoj ulici, pristupačnije cijene za gosta, čist i udoban ali mu je namještaj stariji što ukazuje da od velikog odabira apartmana, gosti radije odabiru onaj s novijim namještajem i više funkcija da bi se osjećali udobnije.

**Tablica 1: Gotovinski tijekovi 1.godine**

Sredstva za kupnju	790 000,00
Kupnja nekretnine	614 000,00
Dohodak od iznajmljivanja	35 000,00
Mjesečni anuitet kredita (3070,00 x 5)	15 350,00
Troškovi agencija za oglašavanje	5 000,00
Porez na promet nekretnina	24 560,00
Režije (500x5)	2 500,00
Preuređenje	161 000,00
Boravišna pristojba	690,00
Porez i prirez na dohodak	690,00
Članarina turističkoj zajednici	56,00

Izvor: Izrada autora prema podacima iznajmljivača, 2019.

U tablici 2.su prikazani očekivani gotovinski tijekovi naredne 3 godine. Iznajmljivač je do njih došao na temelju prethodne godine i ostvarenoga u tekućoj godini. Tekuće godine zbog preuređenja od 1. do 4. mjeseca nije ostvarivao nikakve prihode od iznajmljivanja ali planira da će mu na kraju godine ostati oko 15 000,00. Također vrijedi napomena o izračunu članarine turističkoj zajednici kao u prethodnoj tablici. Sljedeće dvije godine nakon toga planira ostvarivati prihode od početka godine od turističkog najma te da mu na kraju godine nakon svih plaćanja izdataka ostane oko 17 000,00.

**Tablica 2: Predviđanja gotovinskih tijekova za naredne 3 godine**

	<b>2. godina</b>	<b>3.godina</b>	<b>4. godina</b>
Dohodak od iznajmljivanja	70 000,00	80 000,00	80 000,00
Mjesečni anuitet kredita (3070,00 x 12)	36 840,00	36 840,00	36 840,00
Troškovi agencija za oglašavanje	10 000,00	12 000,00	12 000,00
Režije (500x12)	6 000,00	6 000,00	6 000,00
Boravišna pristojba	690,00	690,00	690,00
Porez i prirez na dohodak	690,00	690,00	690,00
Članarina turističkoj zajednici	112,00	128,00	128,00

Izvor: Izrada autora prema podacima iznajmljivača, 2019.

U tablici 3. prikazuje je situacija kada otplati kredit u cijelosti uz pretpostavku da su sve ostale stavke ostale nepromijenjene. Vrijedi napomena kao u prethodnim tablicama 1. i 2. da iznos članarine dobijemo tako da godišnji dohodak od iznajmljivanja pomnožimo sa 0,1615 te podijelimo sa 100. Kada plati sve izdatke nada se dohotku od oko 52 000,00.

**Tablica 3: Planirani gotovinski tijekovi nakon otplate kredita**

	<b>14. godina</b>
Dohodak od iznajmljivanja	70 000,00
Troškovi agencija za oglašavanje	10 000,00
Režije (500x12)	6 000,00
Boravišna pristojba	690,00
Porez i prirez na dohodak	690,00
Članarina turističkoj zajednici	112,00

Izvor: Izrada autora prema podacima iznajmljivača, 2019.

Smatram da je vlasnik imao jako dobru priliku i iskoristio je. Iako mu je mjesečna rata kredita 3070,00, nekretninom koju posjeduje istu isplaćuje. Također sva davanja koja ima prema državi, kao i režije, može isplatiti iz dohotka od iznajmljivanja. Smatram da dohotku najviše doprinosi lokacija smještaja te blizina svih sadržaja koje su mu potrebne.

## 5. ZAKLJUČAK

Temeljem istraživanja došlo se do zaključka da upravljanje obiteljskim nekretninama je složen posao. Da bi upravljanje imovinom bilo uspješno zahtjevne su organizacijske sposobnosti kao i sposobnosti za uspješno održavanje i poboljšanje vrijednosti imovine. Nekretnina se sve više prepoznaje kao ključni resurs koji, ako se dobro upravlja, doprinosi financijskom uspjehu obitelji. Ona mora biti aktivno održavana, jer se mijenja te mora zadovoljiti buduće potrebe gostiju. Upravljanje imovinom je drukčije za svaku organizaciju zbog drukčijih ciljeva. Netko ima cilj što više zaraditi i što manje uložiti, a netko ima cilj ugoditi gostu uz optimalne troškove, koje najčešće povećanjem cijene nadomjesti, a gost bude zadovoljan znakovima pažnje koje dobije. Mnogi su vidjeli višak nekretnine kao priliku za dodatnu zaradu. To je i moguće ako se ispravno pristupi tom poslu. U moru apartmana u Splitu te hotelskih i ostalih smještaja treba znati što drukčije ponuditi gostu kako bi imali što više noćenja po što boljoj cijeni. Nikako ne znači da ako imamo manje cijene da ćemo biti više popunjeni. Mora se naći optimalnu cijenu s obzirom na ono što nudimo. Jer često se u praksi iznajmljivača pokazalo da osobe koje skuplje plate smještaj su bolje gošće. Pod time se misli da se u iskustvu iznajmljivača pokazalo da takvi gosti više cijene smještajnu jedinicu, više paze na namještaj i opremu koju koriste, ljubazniji su i lakše je komunicirati s takvim gostima te samim time stvaraju ugodu i mir iznajmljivaču jer ih prima u svoju smještajnu jedinicu. Često se dešava da misle ako ulože u nekretninu da gube novac, no ako ga pravilno ulože novac im se može povratiti mnogostruko. Ciljevi održavanja su osigurati kontinuirano osiguravanje potrebnih standarda i razine usluge uz minimalne troškove. Također treba i održavati prilaze, stepenice, podove, vodovode, krov, pukotine na zidu kako ne bi došlo do nesreće. Treba planirati u kojem trenutku povući potez, kada i na koji način preurediti apartman, a potencijalni problemi se trebaju predvidjeti. Prije postavljanja ciljeva moramo prikupiti kvalitetne i točne informacije o profilu potencijalnih gostiju tj. njihovim preferencijama i očekivanjima. Za bolju zaradu bitno je i ispitati poslovno okruženje, što oni nude, te probati poboljšati našu ponudu. To iziskuje mnogo istraživanja ali se dugoročno isplati jer često se mogu vratiti kao zadovoljni gosti ili vas preporučiti obitelji, prijateljima, kolegama. Bitno je i prepoznati potencijal svoje nekretnine. Ako je u ruralnom području, prilagoditi je potrebama gostiju koji dolaze se odmoriti s obitelji, no ako je u području atraktivne lokacije, prilagoditi je da izgleda što otmjenije i ne pretrpati apartman nepotrebnim stvarima jer takvi gosti najčešće samo prespavaju i obilaze znamenitosti ovom radu smo



analizirali upravljanje obiteljskih nekretnina u turizmu te dokazali da ako se ispravno usmjere novac na ulaganje u nekretninu da se može ostvariti dobar dodatan prihod u domaćinstvu. Preko turizma prikazuju se kulturne znamenitosti i običaji jedne zemlje ili specifično mjesta koje posjeti gost. Split i okolna mjesta nude tradicijske vrijednosti, bogatu povijest, zabavu, odmor te zbog toga Split prima razne profile gostiju sa različitim potrebama i željama u svojim nekretninama.

## SAŽETAK

Danas se sve više obitelji bavi upravljanjem obiteljskim nekretninama jer su prepoznali potencijalni način zarade. No bitno je kako ovim poslom ispravno upravljati. Kapacitet smještajnih jedinica se povećava, a broj turista je jednak ili u malom porastu. Ako nam je nekretnina blizu atraktivne lokacije svakako se preporučuje ulaganje u istu jer će se brzo vratiti novac. Ako nije blizu atraktivne lokacije bitno je ponuditi ono čega rijetko ima na tržištu. Svakako se preporučuje ljubaznost, čistoća i mali znakovi pažnje. Neki vlasnici mogu imati ograničenje u poslovanju jer nemaju sredstva za ulaganje u obiteljsku nekretninu ili nemaju dovoljno znanja o ulaganju u nekretninu. Cijene nekretnina su porasle i trebamo oprezno istražiti isplati li se postojeću ili potencijalnu nekretninu prenamijeniti za iznajmljivanje. Pružanje usluga smještaja je kompleksan posao u koji se uključuje cijela obitelj. Ima puno zadataka pa se poslovi podjele međusobno ili jedna osoba snosi većinu posla, sve u cilju poboljšanja kvalitete života obitelji. Svaki član obitelji svojim vještinama i znanjem doprinosi boljem radu obiteljske nekretnine.

Ključne riječi: obiteljska nekretnina, turizam, pravilno upravljanje

## **SUMMARY**

Today more and more families are deciding to get into the real estate (renting) business because they recognized a good path to make more money. It's very important to know how to deal with this branch and how to do it correctly. Accommodation capacity is growing and the number of guests is in stagnation or very slowly rising. If our real estate is in an attractive location it's advised to invest money in it cause our money will come right back. On the other hand, if the location is not that attractive, it is important to offer something new and fresh. Small sings of attention, tidy place and kindness is always advised. Some owners can have restrictions due to the lack of knowledge when it comes to handling real estate or due to the financial shortage for investing in their property. The prices of the real estate are on the rise and we have to be very careful and think through our decision of investing into potential apartment. Renting is a very complex job and often the whole family is involved. There are a lot of tasks and they are mostly divided in between family members or one person takes it whole for the purposes of better quality of family life. Each member of the family with his skills and knowledge contributes to the renting the real estate business.

Keywords: real estate, tourism, proper management

## LITERATURA

1. Andrić N. (1980.): „Turizam i regionalni razvoj“, Informator, Zagreb.
2. DZS (2019), Dolasci i noćenja turista u 2018., Državni zavod za statistiku, Zagreb, dostupno na: [https://www.dzs.hr/Hrv\\_Eng/publication/2018/04-03-02\\_01\\_2018.htm](https://www.dzs.hr/Hrv_Eng/publication/2018/04-03-02_01_2018.htm) [13.9.2019].
3. Brett D., Schmitz A. (2009.): „Real estatemarketanalysis“, Urban Land Institute, Washington.
4. Brueggeman W. (2016.): „Real estatefinanceandinvestments“, McGraw-Hill Education, New York.
5. Dobrota A. (2019.): Nelegalno iznajmljivanje ponovno u nadležnosti turističke inspekcije, Cimerfraj, dostupno na <https://www.cimerfraj.hr/aktualno/nelegalno-iznajmljivanje-turisticka-inspekcija>, [14.09.2019.].
6. Globalni etički kodeks za turizam (1999.): Turizam, dostupno na: <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/dokumenti/101213-unwto-kodeks.pdf> [13.09.2019.].
7. Galičić V., Laškrin M. (2011.): „Putevi do zadovoljnog gosta“, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu Opatija, Opatija.
8. Gersick K. i dr. (1997.): Generation to Generation : Life Cycles of the Family Business, Harvard Business School Press, Boston.
9. Grubišić, D. (2013.): „Poslovna ekonomija“, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
10. Hrvatska enciklopedija (2019.): Turizam, Hrvatska enciklopedija, dostupno na: <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=62763>. [13.09.2019.].
11. Ives, B. (2019.): ManagingConflictsOfInterestin a Family-OwnedProperty Management Setting, AppfolioProperty management, dostupno na <https://www.appfolio.com/blog/2014/11/managing-conflicts-of-interest-in-a-family-owned-property-management-setting/> [10.01.2019.].
12. Iznajmljivači.hr (2017.): Kategorizacija apartmana: kako kategorizirati apartmanski smještaj, dostupno na: <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/kategorizacija-apartmana/> [10.01.2019.]
13. Iznajmljivači.hr (2017.): Što kao iznajmljivač morate imati kako vas ne bi kaznila inspekcija?, dostupno na: <https://www.xn--iznajmljivai-yrb.hr/sto-kao-iznajmljivac-morate-inspekcija/>[10.01.2019.]

14. Kružić D. (2012.): „Obiteljska poduzeća“, Ekonomski fakultetu u Splitu, Split.
15. Lovrinčević, Ž., Vizek, M. (2008): „Determinante cijena nekretnina u Republici Hrvatskoj i potencijalni učinci liberalizacije tržišta nekretnina“, Zagreb.
16. N1 (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj nezaustavljivo rastu, N1, dostupna na: <http://hr.n1info.com/Vijesti/a401647/Cijene-nekretnina-u-Hrvatskoj-nezaustavljivo-rastu.html>. [14.09.2019.].
17. Net.hr (2018.): Stručnjaci otkrivaju što će se dogoditi s cijenama stanova u 2019.: U centru su cijene rasle nevjerojatnom brzo, a evo što nas čeka sada, Net.hr, dostupna na: <https://net.hr/danas/novac/strucnjaci-otkrivaju-sto-ce-se-dogoditi-s-cijenama-stanova-u-2019-u-centru-su-cijene-rasle-nevjerojatnom-brzo-a-evo-sto-nas-ceka-sada/> [13.09.2019.].
18. Petrić, L. (2011.): „Upravljanje turističkom destinacijom“, Ekonomski fakultet u Splitu, Split.
19. Penn Foster (2019): Introduction to Property Management, Penn Foster, dostupna na <https://www.pennfoster.edu/~media/files/pdf/samplelessons/513-property-management-certificate.pdf>, [10.01.2019.]
20. Poslovni dnevnik (2019): Cijene nekretnina u Hrvatskoj ponovno divljaju: Stručnjaci objasnili zašto, Poslovni dnevnik, dostupna na: <http://www.poslovni.hr/nekretnine/cijene-nekretnina-u-hrvatskoj-ponovno-divljaju-strucnjaci-objasnili-zasto-356247>. [14.09.2019.].
21. Poslovni dnevnik (2019.): Nekretnine, dostupna na: <http://www.poslovni.hr/leksikon/nekretnine-984> [14.09.2019.].
22. Propisi.hr: Pravilnik o razvrstavanju i kategorizaciji ugostiteljskih objekata iz skupine ostali ugostiteljski objekti za smještaj, dostupna na: <http://www.propisi.hr/print.php?id=8051>, [13.09.2019.].
23. Scarrett D. (1995): Property Asset management. 2nd ed. E and FN SPON, London. [10.01.2019.]
24. Wikipedia (2019.): Privatni smještaj, Wikipedia, dostupna na: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Privatni\\_smje%C5%A1taj](https://hr.wikipedia.org/wiki/Privatni_smje%C5%A1taj)[13.09.2019.].
25. Wikipedia(2019.): Svjetska financijska kriza od 2007. godine, Wikipedia, dostupna na: [https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetska\\_financijska\\_kriza\\_od\\_2007.\\_godine](https://hr.wikipedia.org/wiki/Svjetska_financijska_kriza_od_2007._godine) [17.09.2019.]
26. Wiriyakitjar R. (2013.): Lifestyle and Service Quality: An Analysis of Family Run Hotels in Chiangmai Province, Thailand, dostupna na:

<http://clok.uclan.ac.uk/10637/1/Wiriyaktijar%20Rawida%20Final%20e-Thesis%20%28Master%20Copy%29.pdf> [10.01.2019.]

## POPIS GRAFIKONA

Grafikon 1: Dolasci i noćenja turista prema vrstamaturističkihsmještajnih objekata .....	4
Grafikon 2: Model tri kruga obiteljskog poduzeća .....	13
Grafikon 3: Spol ispitanika .....	18
Grafikon 4: Dob ispitanika.....	18
Grafikon 5: Stručna sprema .....	19
Grafikon 6: Radni status .....	19
Grafikon 7: Vrsta objekta .....	20
Grafikon 8: Kategorizacija smještaja .....	20
Grafikon 9: Razdoblje iznajmljivanja.....	21
Grafikon 10: Prosječna zarada po smještajnoj jedinici .....	21
Grafikon 11: Briga o smještaju .....	22
Grafikon 12: Upravljanje nekretninom. ....	22
Grafikon 13: Županija nekretnine koja se iznajmljuje .....	22
Grafikon 14: Prosječna cijena kvadrata stanova po kvartovima u Splitu u 2019. godini (u eurima) .....	24
Grafikon 15: Prosječna cijena kvadrata nekih gradova u RH u 2019. godini (u eurima) .....	25

## POPIS TABLICA

Tablica 1: Gotovinski tijekovi 1.godine .....	27
Tablica 2: Predviđanja gotovinskih tijekova za naredne 3 godine .....	28
Tablica 3: Planirani gotovinski tijekovi nakon otplate kredita .....	28



# PRILOZI

## Prilog 1. Anketni upitnik za iznajmljivače

### 1. Spol

- Ženski
- Muški

### 2. Dob

- 18-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60
- Više od 60

### 3. Stručna sprema

- NKV
- KV
- SSS
- VŠS
- VSS
- Ostalo:

#### 4. Radni status

- Zaposlen(a)
- Nezaposlen(a)
- Umirovljenik/umirovljenica
- Ostalo:

#### 5. Vrsta objekta kojeg iznajmljujete (ukoliko iznajmljujete više objekata, izaberite onaj koji donosi najveću zaradu)

- Soba
- Apartman
- Studio apartman
- Kuća za odmor
- Ostalo:

#### 6. Mjesto u kojem se nalazi objekt

#### 7. Kategorija objekta

- Jedna zvjezdica
- Dvije zvjezdice
- Tri zvjezdice
- Četiri zvjezdice
- Ostalo:

#### 8. Razdoblje iznajmljivanja tijekom godine

- Sezonski
- Tijekom cijele godine
- Ostalo:

9. Prosječna zarada po smještajnoj jedinici od pružanja usluge privatnog smještaja (ukoliko ima više izaberite onaj koji donosi najveću zaradu):

- Manja od 50 000
- 50 000 - 100 000
- 100 000 - 200 000
- 200 000 - 300 000
- Više od 300 000
- Ostalo:

10. Bavite li se samo iznajmljivanjem ili imate drugi posao uz iznajmljivanje

- Samo iznajmljivanje
- Drugi posao i iznajmljivanje
- Ostalo:

11. Jeste li nekretninu kupili s namjerom iznajmljivanja ili ste postojeću nekretninu preuredili za iznajmljivanje?

- Nekretnina je kupljena s namjerom iznajmljivanja
- Postojeća nekretnina je preuređena za iznajmljivanje
- Ostalo:

12. Smatrate li da je bitno uređenje smještaja za bolju popunjenost

- Da
- Ne
- Ostalo:

13. Smatrate li da se isplati iznajmljivanje smještaja?

- Da
- Ne
- Ostalo:

14. Planirate li se baviti iznajmljivanjem i u budućnosti?

- Da
- Ne
- Možda

15. Tko vodi brigu o smještaju (čišćenje, doček...)

- Sam sve vodim
- Član obitelji
- Imam čistačicu ali ostalo vodim sam(a)
- Ostalo:

16. Smatrate li da je bolje da upravljanje nekretnine (čišćenje, doček...) ostaje u krugu obitelji ili da se vođenje prepusti drugoj osobi

- U krugu obitelji
- Druga osoba
- Ostalo: