



SOFTVER ZA REGULIRANI SVIJET
TOMISLAV BREČIĆ I VLADIMIR ROMANOV,
AMPLIBIT: SIGURNOST, USKLAĐENOST I
UPRAVLJANJE RIZICIMA NAJVAŽNIJI SU
ZA RAZVOJ OZBILJNIH RJEŠENJA

DIGITALNI NOMADI
SPAS ZA LOKALNA GOSPODARSTVA,
ILI NOVI GENTRIFIKATORI?

OBRAMBENA TEHNOLOGIJA
NOVA UTRKA U OBRANI: KAKO JE
ORQA IZ OSIJEKA POSTALA DIO
GLOBALNE BORBE ZA DRONOVE,
BEZ KINESKIH KOMPONENTI

DJEČJI ESCAPE ROOM



**GDJE ZNANJE
POSTAJE IGRA**



Avenija Dubrovnik 15
10 000 Zagreb
098/1900-874
info@djecjiescaperoom.eu
www.djecjiescaperoom.eu



Ulica Stjepana Škrebline 3
49218 Pregrada
+385 99 220 2840
+385 95 3546 983
+385 95 3786 932
mail@ekonomika-golub.hr

EKONOMIKA GOLUB d.o.o.
Računovodstveni servis,
porezno i financijsko savjetovanje,
izrada poslovnih planova,
konzultantske usluge,
priprema i prijava projekata

3Konstrukcije d.o.o.

PROJEKTIRANJE | TEHNIČKO SAVJETOVANJE | STRUČNI NADZOR

**Projektiramo
infrastrukturu
koja povezuje ljude
i traje generacijama.**



MOSTOVI



CESTE



ZGRADE



PROMETNA
INFRASTRUKTURA



INDUSTRIJSKI
OBJEKTI



TEHNIČKO
SAVJETOVANJE



Crno 50/0
23000 Zadar



023 327 614
099 344 2629



3k@3konstrukcije.hr



www.3konstrukcije.hr



LJETO U KOJEM HRVATSKA TEHNOLOGIJA VIŠE NIJE SAMO LIJEPA PRIČA



Teuta Franjković
glavna urednica

Srpanj je mjesec u kojem se u Hrvatskoj najradije govori o moru, gužvama, cijenama kuglice sladoleda, i tome tko je uspio pronaći smještaj koji ne stoji kao manji rabljeni automobil. U uredništvima je to vrijeme lakših tema, turističkih brojki i osjećaja da se sve ozbiljno može dogoditi do rujna.

Ali tehnologija, za razliku od nas, nema kolektivni godišnji odmor.

Dok se asfalt topi, a automatski odgovori "out of office" pune inboxe, hrvatske tehnološke kompanije rade na pitanjima koja su sve samo ne sezonska. Dronovi, obrambena industrija, umjetna inteligencija, javna nabava, transfer tehnologije, izvoz znanja i sposobnost da se iz laboratorija, fakulteta ili male razvojne ekipe izađe pred velike kupce – to su teme koje čine ovaj broj.

U središtu je Orqa, osječka kompanija koja je počela kao deep-tech priča iz svijeta FPV tehnologije, a danas se sve ozbiljnije pozicionira u obrambenom i sigurnosnom segmentu. To više nije samo romantična priča o darovitim inženjerima koji iz Hrvatske mogu napraviti nešto svjetsko. To je priča o svijetu u kojem se tehnologija, sigurnost i industrijska neovisnost sve više stapaju u istu rečenicu.

Dronovi više nisu gadgeti ni atraktivna snimka iz zraka za turistički video. Postali su infrastruktura suvremenog ratovanja, nadzora, obuke, logistike i zaštite. Postali su i političko pitanje. Tko ih proizvodi? Od kojih komponenti? U kojoj zemlji? Pod čijim nadzorom? Upravo tu Orqa ulazi u puno veću sliku od one koju obično vezemo uz hrvatske startupe.

Zato o njoj ne treba pisati samo kao o još jednoj simpatičnoj lokalnoj uspješnici, nego kao o primjeru promjene koja se događa tiho, ali duboko. Hrvatska tehnološka scena godinama je živjela između dva stereotipa: da imamo pametne ljude, ali nemamo sustav, i da svatko tko može napraviti nešto ozbiljno na kraju mora otići izvan zemlje. Ovaj broj časopisa pokazuje da priča više nije tako jednostavna.

Uz Orqu, tu su i razgovori s tvrtkama koje su se našle na Deloitteovoj ljestvici najbrže rastućih tehnoloških tvrtki u regiji EMEA. BARREK, Spectral Core i Amplibit ne rade iste proizvode, ali ih povezuje isto pitanje: Kako iz Hrvatske graditi proizvod, znanje i poslovni model koji nije ograničen veličinom domaćeg tržišta.

BARREK otvara pitanje kako se iz konzultantskog i razvojnog znanja prelazi prema vlastitim proizvodima. Spectral Core podsjeća da najvrednije tehnologije često nisu one koje se najlakše objasne u jednoj rečenici, ali su ključne u pozadini digitalne ekonomije. Amplibit pokazuje koliko je u tehnološkom poslu važno znati što se gradi, za koga i s kojom ambicijom.

Tu dolazimo do možda najvažnije teme broja: transfera tehnologije. Veliki intervju s dekanom FER-a Vedranom Bilasom otvara pitanje koje se u Hrvatskoj predugo vrtjelo između akademske izvrsnosti i gospodarske frustracije. Imamo znanje, fakultete, inženjere i istraživanja. Ali imamo li dovoljno mostova između ideje i tržišta?

Transfer tehnologije često zvuči kao hladan administrativni pojam iz strategija i europskih projekata. U stvarnosti, to je pitanje opstanka. Ako se znanje stvoreno na fakultetima ne može pretvoriti u proizvod, patent, tvrtku, industrijsko rješenje ili globalno konkurentnu uslugu, onda ostaje zatvoreno u sustavu koji obrazuje ljude za tuđe inovacijske cikluse.

A Hrvatska si to više ne može priuštiti. Ne zato što svi moramo postati Silicijska dolina, nego zato što bez boljeg povezivanja znanosti, industrije i kapitala ne možemo graditi gospodarstvo veće dodane vrijednosti. Ne možemo stalno govoriti da želimo plaće sjeverne Europe, a poslovni model temeljiti na sezoni, potrošnji i uslugama niske marže.

Zato je zgodna i priča o mladim inženjerima koji razvijaju AI sustav za javnu nabavu. Na papiru javna nabava nije najseksi tema na svijetu. Nitko na plaži neće uzeti ledenu kavu i reći: "Baš bih sad čitao o digitalizaciji tendera." Ali upravo tu se vidi koliko AI može biti važan kad ga maknemo iz magle velikih obećanja.

Ako umjetna inteligencija može malim i srednjim tvrtkama pomoći da lakše pronađu natječaje, razumiju dokumentaciju i smanje strah od sustava koji im se čini prevelikim, onda prestaje biti apstraktna tema. Postaje pomagalo za pristup tržištu.

Priča o digitalnim nomadima donosi lakši, ali ne i nevažan kontrapunkt. Ona nas podsjeća da se i pojam rada promijenio. Ljudi više ne biraju samo poslodavca, nego i grad, ritam, zajednicu i kvalitetu života. Hrvatska je tu privlačna, ali pitanje je što s tom privlačnošću radi. Je li dovoljno biti lijepa kulisa za tuđe laptope, ili možemo postati mjesto na kojem se znanje zadržava i pretvara u nešto trajnije?

Sve te priče, od Orqe do FER-a, od BARREK-a do AI-ja u javnoj nabavi, vrte se oko istog pitanja: Može li Hrvatska prestati biti zemlja iz koje talent odlazi, i postati zemlja u kojoj talent ima razlog ostati, vratiti se ili doći?

Ljeto je možda vrijeme kad volimo vjerovati da sve može malo usporiti. No ovaj broj pokazuje suprotno. Iza prividne sezone uspavanosti događa se ozbiljan posao.

Dok mi brojimo stupnjeve, drugi broje patente, ugovore, linije koda, prototipove, kupce i tržišta.

A to je ona vrsta hrvatske priče koja bi, ako joj damo dovoljno zraka, kapitala i povjerenja, mogla potrajati puno dulje od jedne sezone.

Sadržaj



20 TEMA BROJA

8 VIJESTI

16 POREZNI KALENDAR

20 TEMA BROJA

Nova utrka u obrani:
Kako je Orqa iz Osijeka postala
dio globalne borbe za dronove,
bez kineskih komponenti

28 INTERVJU

Softver za regulirani svijet
Tomislav Brečić i Vladimir
Romanov, Amplibit: Sigurnost,
usklađenost i upravljanje
rizicima najvažniji su za
razvoj ozbiljnih rješenja

33 INTERVJU

Digitalni nomadi
Spas za lokalna gospodarstva,
ili novi gentrifikatori?

36 INTERVJU

Damir Bulić, Spectral Core

AI je golem iskorak, ali problem
je što se više ne cijeni kvalitetan
inženjering

40 DIGITALNI MARKETING

“Domaće tržište je premalo za
ambiciju kakvu imamo”

44 AI

Dvojica FER-ovaca žele AI-jem
otvoriti tržište javne nabave
vrijedno više od 14 milijardi eura

48 KOLUMNA

Zašto hrvatski poslodavci još
uvijek skrivaju plaće?

50 DRUŠTVO

Posao znači više od plaće:
potrebni su ciljevi za koje
se isplati živjeti



28 INTERVJU



33 INTERVJU

54 AGRONOMIJA

Dronovi i podaci postaju nova pomagala za hrvatske poljoprivrednike

58 KOLUMNA

Europa nije mrtva patka. Samo nema dovoljno oštre zube

60 TEHNOLOGIJA

Igor Dudić: AI će promijeniti način na koji gosti biraju i rezerviraju hotele



FOTOGRAFIJA S NASLOVNICE:
CHATGPT

66 ZANIMLJIVOSTI

IMPRESUM

Izdavač: INFO Financije d.o.o.

Web: www.financije.hr

Izvršni direktor: Danijel Farkaš

Adresa: Kušlanova 27, 10 000 Zagreb

E-mail: redakcija@financije.hr

Telefon: 095/3998-171

OIB: 52022283876

MBS: 081507666

Broj računa: HR7724020061101183867
ERSTE & STEIERMÄRKISCHE BANK d.d.

Glavna urednica

Teuta Franjković

Novinari

Vedran Harča, Vladana Kovačević,
Igor Ilić, Kristina Šerić Smolčec
i Ivanka Bukulin Zlatović

Lektor

Miroslav Vukmanić

 **Financije.hr**

Layout

studio triD

Tisak

Printera Grupa d.o.o.
Položnica 2A, 10 431 Sv. Nedelja



dea
product

Artičkova ulica 21A
10090 Zagreb
0912428894
pero.orsanic@gmail.com
info@ideaproduct.hr

**VELEPRODAJA
PAPIRNATIH
VREĆICA S RUČKOM
I BEZ RUČKE**



CITO
građevinsko
fasaderski
radovi

Ulica Antonio Smareglia 63
52215 Vodnjan
098/440-381
citopula@gmail.com

**GRADEVINSKI
RADOVI
OD TEMELJA
DO KROVA**



KUD "Velika Mlaka"

Trg majke Hrvaticice 7, 10408 Velika Mlaka
098/1962-777, havidic48@gmail.com
Kud "Velika Mlaka"



JELA DIZAJN

NAMJEŠTAJ PO MJERI

Matka Laginje 1C 47000 Karlovac

Slavonska avenija 24a, 10000 Zagreb

0995757424

info@jeladizajn.hr

jela.dizajn



EUROKOP
d.o.o. TOMAŠANCI



PROIZVODNJA, TRGOVINA, USLUGE

Kralja Tomislava 6
31418 Tomašanci

091/1000-450
eurokop.tomasanci@gmail.com

USLUGE GRAĐEVINSKOM MEHANIZACIJOM I USLUGE DROBLJENJA



GRIČ
INTERNATIONAL
d.o.o.

Radnička cesta 182, 10000 Zagreb
+385 (0)1 4242 080
www.gric-international.eu
info@gric-international.eu

**ELEKTROUPRAVLJAČKI
ORMARI I AUTOMATIKA**
Projektiranje i specifikiranje
Proizvodnja
Programiranje
Puštanje u pogon

**IZVOĐENJE
ELEKTRO RADOVA**



HOK: PAUŠALNI OBRTI NISU POREZNA OAZA

Hrvatska obrtnička komora (HOK) odbacila je karakterizaciju kojom se paušalni obrti pokušavaju prikazati kao porezna oaza, i upozorila je da se javna rasprava o poreznom sustavu ne smije voditi stigmatizacijom građana koji posluju u skladu sa zakonom. Istaknuli su da je iza svakog paušalnog obrta građanin koji je preuzeo poslovni rizik i uredno podmiruje svoje porezne obveze.

“Uz sve izazove s kojima se obrtnik susreće, smatramo da je duboko nepravedno etiketirati baš obrtnike kao one koji narušavaju tržišnu utakmicu i uživaju u poreznoj oazi.” — izjavio je Dalibor Kraťohvil, predsjednik HOK-a.

Istaknuli su da se javna rasprava o poreznom sustavu ne smije temeljiti na pojednostavljenim usporedbama i netočnim interpretacijama podataka, te su zabrinuti što se u raspravi o paušalnim obrtima koriste podaci koji stvaraju pogrešan dojam.

“Podatak da je broj obrta porastao s 90.968 na više od 133.000 u posljednjih pet godina odnosi se na ukupan broj registriranih obrta u Hrvatskoj, a ne na broj paušalnih obrta, kako navodi HUP u svojoj tjednoj analizi.” — naveli su iz HOK-a.

Ocijenili su i da takvo poistovjećivanje različitih kategorija stvara pogrešan zaključak da je rast obrtništva posljedica navodnih poreznih privilegija, prenosi Hina.

Naprotiv, upozorili su, hrvatski obrtnici posluju u skladu sa zakonima, ne koriste offshore strukture, ne premještaju dobit u inozemstvo i ne koriste složene modele poreznog planiranja, te svakodnevno stvaraju novu vrijednost za gospodarstvo, zbog čega je neprihvatljivo da ih se prikazuje kao problem.

Problematičnim vide i uspoređivanje poreznih opterećenja zaposlenika i obrtnika, a da pritom nije uzet u obzir poslovni tržišni rizik i nedostatak jamčenih prava koja proizlaze iz radnog odnosa. HOK je pozvao sudionike javne rasprave o promjenama u poreznom sustavu da ne etiketiraju obrtnike, te da koriste točne podatke i suzdrže se od kvalifikacija koje neopravdano dovode u pitanje zakonitost i legitimnost poslovanja desetaka tisuća hrvatskih obrtnika.



FOTO: MAGNIFIC

Na kraju, HOK je ponovio kako je upozorio Ministarstvo financija da povećanje poreza i doprinosa za obrtnike ne znači učinkovitu antiinflacijsku mjeru, te da se održivost javnih financija ne bi trebala graditi dodatnim opterećivanjem onih koji su odabrali paušalni oblik oporezivanja, posluju legalno i uredno podmiruju svoje obveze.

Podsjetili su i da su predstavili prijedlog prema kojem bi se zadržao postojeći sustav doprinosa za sve paušalne obrtnike, pri čemu traže da svi razredi primitaka do 40.000 eura ostanu po sadašnjem modelu, dok bi se eventualne porezne korekcije razmatrale isključivo u zadnja dva razreda i to najviše do 33 posto, a ne kako je najavljeno.

BRUXELLES PREDLOŽIO POREZNA POJEDNOSTAVLJENJA KOJA DONOSE UŠTEDE OD OSAM MILIJARDI EURA

Europska komisija donijela je paket mjera za porezno pojednostavljenje, uz kojega se očekuje da će europske tvrtke godišnje uštedjeti oko osam milijardi eura, od čega 3,3 milijarde na administrativnim troškovima.

Riječ je o dva predložena zakona za smanjivanje birokracije i stvaranje privlačnijeg ozračja za poslovanje.

“Uklanjanjem dijela proceduralnih zahtjeva i pojednostavljenjem procedura povrata sredstava olakšava se financiranje, potiču investicije i jača konkurentnost.” — navodi Europska komisija.

Jedna od značajnijih novina je izuzeće kod poreza po odbitku na prekogranična plaćanja dividendi, kamata ili patentnih, odnosno licencnih prava između tvrtki.

“Samo ta mjera bi trebala poreznim obveznicima donijeti godišnje uštede od 5,3 milijarde eura.” — napominje Europska komisija.

Također, uvodi se zajednički minimalni standard za porezni tretman ulaganja u istraživanje i razvoj s ciljem povećanja investicijske atraktivnosti EU-a. Po ocjeni Bruxellesa, to bi moglo pridonijeti povećanju bruto društvenog proizvoda za oko 0,2 posto godišnje.

Na početku sadašnjeg mandata Europska komisija je obećala da će do 2029. godine smanjiti administrativan teret na tvrtke za 25 posto, a kod malih i srednjih poduzeća najmanje 35 posto.

To treba donijeti godišnje smanjenje troškova poduzećima za najmanje 37,5 milijardi eura.

Udruga BusinessEurope, koja okuplja 42 nacionalne udruge poslodavaca u Europi, pozdravila je najavljene promjene, posebno uklanjanje poreza po odbitku i oslobađanje malih tvrtki obveza koje imaju velike korporacije.

Najavljenim promjenama potiče se kružna ekonomija podizanjem praga za izvješćivanje o online prodaji robe. Ono se uklanja za više od deset milijuna privatnih prodavatelja, posebno onih koji prodaju rabljenu robu. Samo ta mjera predviđa uštede od 678 milijuna eura za digitalne platforme.

Uvodi se i novi alat za provjeru identifikacijskog broja poreznih obveznika, što će poreznim upravama omogućiti učinkovitu i brzu identifikaciju svih obveznika.

Sada će predloženi paket promjena biti upućen na konzultacije Europskom parlamentu i Vijeću EU-a na usvajanje.

Od početka mandata, što uključuje i takve promjene, Europska komisija je već iznijela prijedloge koji donose uštede od osamnaest milijardi eura godišnje u administrativnim troškovima korporativnog sektora.

NAJBRŽE SUPERRAČUNALO NA SVIJETU SADA DOLAZI IZ KINE, NADMAŠUJUĆI SAD I NJEMAČKU

U najnovijem nastavku globalne tehnološke utrke, Kina je predstavila Linshine, napredni sustav koji je upravo srušio dosadašnje rekorde i preuzeo titulu najbržeg superračunala na svijetu. Ovaj tehnološki podvig ne samo da vraća Kinu na sam vrh ljestvice računalne moći, već i pokazuje rastuću neovisnost njihove industrije poluvodiča, unatoč strogim sankcijama.

Superračunalo u Kini sada je nadmašilo svoje američke konkurente kao najmoćnije na svijetu, što je od 2017. godine prvi put da se kinesko računalno našlo na vrhu liste koja se ponekad smatra mjerom tehnološke snage neke nacije. Jedan od najzanimljivijih slučajeva upotrebe superračunala jest taj da je ključan za razvoj modela koji se koriste u umjetnoj inteligenciji (AI).

Međutim, među prvih deset našla su se četiri europska superračunala. Na peto mjesto palo je superračunalo Jupiter u Njemačkoj. Superračunala su posebno korisna za istraživače koji žele prikupljati i analizirati podatke, jer mogu puno brže obavljati složene izračune, što im omogućuje rješavanje nekih od najsloženijih svjetskih problema, poput otkrivanja lijekova, klimatskih i vremenskih prognoza ili modeliranja crnih rupa.

Prema podacima Top500 projekta, LineShine je dostigao performanse od 2.198 exaflopsa, što znači da može izvršiti više od dva kvintiliona operacija u sekundi. Ovaj sustav razlikuje se od većine suvremenih superračunala jer ko-

risti isključivo klasične procesore (CPU), umjesto grafičkih procesora (GPU) koji se češće koriste u razvoju umjetne inteligencije.

Za svoj rad LineShine zahtijeva oko 42,2 megavata električne energije, što ga svrstava među energetski iznimno zahtjevne sustave.

Nakon promjene na vrhu, El Capitan je sada na drugom mjestu, dok su dva druga američka superračunala u nacionalnim laboratorijima u Tennesseeju i Illinoisu također među prvih pet. Na petom mjestu je superračunalo Jupiter iz Njemačke, dok se sustavi iz Italije, Švicarske i Japana također nalaze među prvih deset.

Ujedinjeno Kraljevstvo ima jedanaest sustava među prvih 500, a najviše rangirani je Isambard-AI na Sveučilištu u Bristolu, koji je na jedanaestom mjestu. Taj sustav koristi više od 5400 Nvidia "superčipova", i smješten je u visoko sigurnosnom objektu.

Australski Setonix, smješten u Zapadnoj Australiji, nalazi se na 86. mjestu i najmoćniji je sustav u zemlji.

Tih pet su jedina javno verificirana egzaskalna računalna na svijetu što je, iako zvuči impresivno, zapravo samo mjera brzine i broja operacija u sekundi koje superračunalo može izvršiti.

Druge zemlje sa strojevima među prvih deset uključuju Italiju, Švicarsku i Japan. Među prvih dvadeset, na popisu su se našle Španjolska, Finska, Nizozemska i Ujedinjeno Kraljevstvo.

Prošle godine je Europska unija predstavila plan vrijedan dvadeset milijardi eura za izgradnju lokacija sa superračunalima za razvoj sljedeće generacije AI modela s takozvanim AI gigatvornicama, koje bi povezele suradnju između superračunalnih centara, sveučilišta i poduzeća.

HRVATSKI IZVOZNI SEKTOR JEDAN JE OD NAJVEĆIH DOBITNIKA U POSTUPKU EUROPSKIH INTEGRACIJA

Ulazak u Europsku uniju, Schengen i europodručje otvorio je hrvatskim poduzećima nezabilježene mogućnosti za rad, širenje poslovanja i osvajanje novih tržišta, istaknuto je na 21. konvenciji hrvatskih izvoznika u sklopu koje su po devetnaesti put dodijeljene nagrade Zlatni ključ.

Riječ je o priznanju koje su primili najbolji hrvatski izvoznici u prošloj godini, a dodijeljene su u dvadeset kategorija, uključujući i novu "veliki tehnološki proboj u izvozu" u kojoj je nagrađena Orqa.

Uvodni govor održao je Davor Bakočić, predsjednik Udruge Hrvatski izvoznici, tijekom kojeg je iznio niz zanimljivih teza, između ostalih i onu o sve važnijoj ulozi demografije u svjetskom gospodarstvu.

Demografija, istaknuo je Bakočić, postaje jedan od ključnih čimbenika konkurentnosti, jer ulazimo u desetljeće u kojem će najveća nestašica biti nestašica ljudi.



FOTO: MAGNETIC

Drugi problem je starenje društva u Europi, što stvara veći pritisak na mirovinski sustav i javne financije, te ostavlja sve manje prostora za razvoj i investicije.

Treba naglasiti kako migracije nisu zamjena za demografsku politiku i produktivnost, zbog čega je ključno osmisлити pametnu migrantsku politiku.

Govoreći o Hrvatskoj, Baković je naglasio kako smo malo, izvozno orijentirano gospodarstvo s mnogim prednostima kao što su članstvo u Europskoj uniji, Schengenu i eurozoni, te fantastičan geostrateški položaj. Uz to je i, prema njegovim riječima, kvaliteta života u Hrvatskoj bolja nego bilo gdje na svijetu, što može biti ozbiljna komparativna prednost.

Moramo, međutim, graditi Hrvatsku koja stvara više vrijednosti za svijet, jer budućnost pripada onima koji više stvaraju.

Ministar financija Tomislav Čorić naglasio je da je Hrvatska percipirana kao turistička destinacija, ali je značaj izvoznog sektora daleko veći nego što se pretpostavlja.

“Usporedimo li rezultate iz prošle godine s onima prije nego što smo ušli u Europsku uniju, hrvatski robni izvoz porastao je dva i pol puta i dosegnuo 21,7 milijardi eura. U istom su razdoblju jednako toliko porasli i prihodi od turizma, dosegnuvši 15,3 milijarde eura. Te brojke jasno pokazuju da je izvoz jedan od ključnih stupova hrvatskog razvoja.” — naglasio je Čorić.

Hrvatski izvozni sektor jedan je od najvećih dobitnika procesa europskih integracija. Ulazak u EU, Schengen i europodručje otvorio je hrvatskim poduzećima nezabilježene mogućnosti za rad, širenje poslovanja i osvajanje novih tržišta.

“Rast izvoza pridonio je hrvatskom gospodarstvu u cjelini, otvaranju radnih mjesta, rastu plaća i višem životnom standardu građana. Uspjeh hrvatskih izvoznika možda je i najbolja potvrda vrijednosti članstva u Europskoj uniji.” — zaključio je ministar.

Među dobitnicima Zlatnog ključa vriedi izdvojiti nagrađene u kategorijama mikro i malih (Proizvodnja PG), srednjih (Decospan Mato Furnir) i velikih izvoznika (Ericsson Nikola Tesla).

Predsjednik Uprave tvrtke Ericsson Nikola Tesla Siniša Krajnović istaknuo je kako je posebno važno što ta nagrada dolazi iz zajednice koja prepoznaje važnost izvoza za razvoj hrvatskog gospodarstva.

VODEĆI EUROPSKI DISTRIBUTER PLINA ULOŽIT ĆE 14,8 MILIJARDI DOLARA U MREŽE PODRŽANE UMJETNOM INTELIGENCIJOM

Talijanski distributer plina Italgas namjerava uložiti gotovo petnaest milijardi dolara do 2032. godine kako bi ubrzao korištenje umjetne inteligencije u sve pametnijim i fleksibilnijim mrežama. Ukupna planirana ulaganja u okviru predstavljenog strateškog plana tvrtke

za razdoblje 2026.—2032. iznosit će trinaest milijardi eura, odnosno 14,8 milijardi dolara, do 2032. godine. To bi bilo povećanje od 14,6 posto u usporedbi s prethodnim strateškim planom.

Ukupno 9,5 milijardi dolara (8,3 milijarde eura) namijenjeno je za razvoj, digitalizaciju i prenamjenu plinske infrastrukture u Italiji, što je četiri posto više u odnosu na prethodni plan, priopćio je Italgas.

Prema navodima tvrtke, širenje i razvoj mreže u Grčkoj apsorbirat će 1,14 milijardi dolara (jednu milijardu eura) svih planiranih ulaganja do 2032. godine.

Novi strateški plan nazvan “Voditi. Inovirati. U svijetu koji se mijenja”, uvelike će se oslanjati na fleksibilne pametne mreže kako bi se povećala energetska sigurnost i integrirala ponuda s obnovljivim plinovima, uključujući vodik, biometan i sintetički metan. Uvođenje pametnih brojala također je stup Italgasovog plana.

Nadalje, tvrtka će do 2032. godine izdvojiti 570 milijuna dolara (500 milijuna eura) za potencijalne prilike spajanja i akvizicija (M&A) u sektoru distribucije plina. Prema talijanskom distributeru plina, sva ulaganja povećat će sigurnost i otpornost mreže te učiniti mreže pametnijima i fleksibilnijima. To je ključni preduvjet za rastuće količine obnovljivih plinova poput biometana, vodika i sintetičkog metana.

“Umjetna inteligencija sastavni je dio operativnog modela Italgasa, i nalazi se u središtu tog plana. Primijenjeni na poslovanje, poslovne procese i upravljanje kupcima, naši agenti već ostvaruju značajnu učinkovitost uz istodobno poboljšanje kvalitete usluge”, rekao je izvršni direktor Italgasa Paolo Gallo komentirajući strateški plan.

“Ulaganja od trinaest milijardi eura učinit će našu mrežu još pametnijom, raširenijom i fleksibilnijom, spremnom za smještaj i zelenih molekula te podršku energetsom sustavu koji je sve više izložen međunarodnoj nestabilnosti i volatilnosti tržišta roba.”

U HRVATSKOJ STOPA RASTA BROJA MALIH I SREDNJIH TVRTKI NADILAZI EUROPSKI PROSJEK

Prema najnovijem izvješću kojega je objavila Europska komisija, u Europskoj



FOTO: MAGNIFIC



FOTO: MAGNIFIC

uniji (EU) ima 34 milijuna malih i srednjih poduzeća, a njihov broj je u prošloj godini porastao za 1,8 posto.

Istodobno je njihova realna dodana vrijednost godišnje bila veća za 2,5 posto, dok je zaposlenost povećana za jedan posto.

U izvješću se ističe da proizvodnost u malim i srednjim poduzećima može biti povećana snažnijom uporabom novih tehnologija i umjetne inteligencije, u čemu takve tvrtke zaostaju za onim velikima.

Tehnološka rješenja vezana uz umjetnu inteligenciju koriste se u 55 posto velikih poduzeća, naspram 30,4 posto tvrtki srednje veličine, te 17 posto malih tvrtki.

Ono što u sadašnjem trenutku geopolitičkih poremećaja također predstavlja izazov za srednja i mala poduzeća je održavanje lanca vrijednosti. Jedan od istaknutijih primjera u tome je automobilski sektor.

Europska komisija je poseban naglasak stavila i na žene u poduzetništvu, ističući da su žene vlasnice tek 33 posto tvrtki. Pritom se to ponajviše odnosi na tradicionalne usluge koje pružaju žene, kao što su obrazovne ili zdravstvene te socijalni rad.

U prošloj godini Malta, Bugarska, Španjolska, Grčka i Portugal ostvarile su najveće godišnje stope rasta broja malih i srednjih poduzeća.

Na Malti i u Bugarskoj to je bilo 4,5 posto, u Španjolskoj i Grčkoj četiri posto te Portugalu 3,9 posto.

Najmanji rast imale su Njemačka i Slovenija, gdje je broj malih i srednjih tvrtki porastao tek za 0,2 posto.

U Slovačkoj nije bilo promjena, a Švedska i Austrija su bile jedine zemlje u kojima se broj malih i srednjih tvrtki smanjio, i to za po 0,5 posto.

Hrvatska je zabilježila rast njihova broja za 2,8 posto, jednako kao i Cipar.

Kad je riječ o očekivanjima za ovu godinu, Bruxelles procjenjuje da bi stopa rasta broja malih i srednjih tvrtki na razini EU-a mogla zadržati istu godišnju stopu od 1,8 posto.

Na vrhu je u tom smislu Portugal, za koji se projicira da će se broj povećati za novih 3,9 posto.

Drugo i treće mjesto dijele Litva i Cipar, s prognoziranim brojkama od 3,6 posto.

Za Hrvatsku se za ovu godinu prognozira ubrzanje stope rasta broja tvrtki na 3,1 posto. U Sloveniji bi se ubrzanje trebalo odraziti skokom s 0,2 na 1,7 posto.

Njemačka bi također poboljšala stanje porastom od 0,9 posto.

Bruxelles prognozira da će najmanju promjenu imati Slovačka, stopom rasta od 0,3 posto, te Austrija s 0,5 posto.

Što se zaposlenosti u malim i srednjim poduzećima tiče, u Hrvatskoj je prošle godine ona u odnosu na 2024. porasla za 1,5 posto, što je 0,5 postotna boda iznad EU prosjeka.

Za ovu godinu se predviđa dodatno blago ubrzanje od 1,7 posto. Najveći rast zaposlenosti odražava se pritom na razini mikropoduzeća.

Dok je u prošloj godini u segmentu malih i srednjih tvrtki najviše godišnje porastao broj zaposlenih na Malti, i to 4,5 posto, u ovoj godini bi vodeća trebala biti Grčka sa 4,1 posto.

U Sloveniji prošle godine nije bilo promjene, no ove godine bi ona trebala dohvatiti 1,1 posto više zaposlenih.

VENEZUELA OTKRIVA DUG OD 240 MILIJARDI DOLARA I KREĆE U NAJVEĆE DRŽAVNO RESTRUKTURIRANJE U POVIJESTI

Venezuela se priprema objaviti da njezin javni dug iznosi oko 240 milijardi dolara, znatno više nego što su tržišta dosad procjenjivala. Time zemlja ulazi u najveće restrukturiranje državnog duga u povijesti, nakon američkog uklanjanja Nicolása Madura s vlasti.

Prema informacijama Financial Timesa, Caracas bi u idućim tjednima vjerovnicima trebao predstaviti stvarno stanje javnih financija, pri čemu će iznos duga biti osjetno veći od dosadašnjih tržišnih procjena koje su se kretale između 150 i 200 milijardi dolara.

Privremena čelnica Delcy Rodríguez želi do kraja godine postići dogovor s vjerovnicima kako bi se Venezueli otvorio put za povratak na međunarodna tržišta kapitala. Zemlja je gotovo jedno desetljeće tijekom Madurove vlasti bila isključena iz tih tržišta.

Caracas je za financijskog savjetnika angažirao američku investicijsku banku Centerview Partners, koja pomaže izraditi plan za vraćanje venezuelanskog duga na održivu razinu. Taj bi plan trebao biti objavljen početkom srpnja.

Venezuela bi krajem ovog mjeseca trebala objaviti i dugoočekivani makroekonomski okvir. Prema navodima osoba upoznatih s planovima, veličina venezuelanskog gospodarstva procjenjuje se na oko 100 milijardi dolara, što je snažan pad u odnosu na 370 milijardi dolara iz 2012., posljednje godine vlasti Huga Cháveza. To bi omjer javnog duga i BDP-a podiglo iznad dvjesto posto.

Posebnost ovog restrukturiranja je u tome što analizu održivosti duga nije izradio Međunarodni monetarni fond. Kod velikih državnih restrukturiranja MMF obično ima ključnu ulogu u procjeni koliko država može realno vratiti

vjerovnicima. Dio ulagača zato upozorava da bi pregovori bez snažnije uloge MMF-a mogli biti problematični.

Neki predstavnici venezuelanske oporbe strahuju da bi ubrzano restrukturiranje izvan standardnog okvira MMF-a moglo oslabiti pregovarački položaj zemlje prema vlasnicima obveznica. S druge strane, osobe uključene u postupak tvrde da su s MMF-om vođeni tehnički razgovori o gospodarskim podacima te da će plan nalikovati MMF-ovu modelu.

MMF je potvrdio da održava redovite kontakte s venezuelanskim vlastima o makroekonomskim izgledima, ali i naglasio da nije uključen u sâm proces restrukturiranja koji je najavila Venezuela.

Venezuelske obveznice trenutačno se trguju oko 55 centi za dolar, što je snažan rast u odnosu na 33 centa prije Madurova pada. No te cijene ne uključuju godinu neplaćenih kamata.

Restrukturiranje bi moglo nadmašiti grčki default od oko 200 milijardi dolara iz 2012. godine i postati najveći takav proces dosad. Osim veličine duga, problem je i njegova složenost. Venezuela godinama nije plaćala vjerovnike, a obveze se odnose na državne obveznice, dug državne naftne kompanije PDVSA, potraživanja naftnih kompanija, dobavljača, razvojnih banaka te dugove prema Kini i Rusiji.

Najveći i najjasnije dokumentiran dio duga odnosi se na obveznice države i PDVSA-e. One iznose oko 60 milijardi dolara, uz dodatnih oko 40 milijardi dolara kamata nakon defaulta. Taj se iznos povećava za oko pet milijardi dolara godišnje.

Ulagачi su ranije procjenjivali da Venezuela duguje i između 30 i 50 milijardi dolara naftnim kompanijama i dobavljačima za neplaćene račune. Više od 20 milijardi dolara odnosi se na pravne zahtjeve kompanija kojima je imovina izvlaštena tijekom Chávezove vlasti.

Procjenjuje se i da Venezuela duguje između 10 i 20 milijardi dolara Kini, kojoj je dug ranije vraćala izvozom nafte, ali se vjeruje da je servisiranje tih obveza zaustavljeno. Rusiji bi mogla dugovati oko šest milijardi dolara, a razvojnim bankama oko četiri milijarde dolara.

Nova vlast krenula je brže nego što su mnogi vjerovnici očekivali. Restrukturiranje je pokrenuto prošlog mjeseca ime-

novanjem Matthieua Pigassea iz Centerviewa, francuskog bankara koji je ranije radio na velikim restrukturiranjima, uključujući Grčku i Argentinu.

Za vjerovnike će ključno pitanje biti koliko brzo Venezuela može obnoviti proizvodnju nafte i koliko će joj američki posredovani povratak izvoza sirove nafte pomoći u oporavku javnih financija.

Venezuelanska središnja banka ponovno je počela redovitije objavljivati dio ekonomskih podataka. Objavila je podatke o platnoj bilanci, prema kojima je izvoz nafte u prva tri mjeseca ove godine iznosio 5,5 milijardi dolara. To je više od 4,4 milijarde dolara u posljednjim mjesecima Madurove vladavine, ali i dalje daleko ispod razina prije defaulta i američkih sankcija.

Iako nova vlast želi postići dogovor s vjerovnicima do kraja godine, dio ulagača smatra da bi postupak mogao potrajati znatno dulje. S obzirom na veličinu duga, broj različitih vjerovnika i potrebu obnove naftnog sektora, restrukturiranje Venezuele moglo bi se protegnuti i u 2027. godinu.

Za tržišta u nastajanju to će biti jedan od najvažnijih testova u godinama pred nama. Ako uspije, Venezuela bi se nakon dugog razdoblja izolacije mogla postupno vratiti na međunarodna financijska tržišta. Ako pregovori zapnu, najveće restrukturiranje državnog duga u povijesti moglo bi se pretvoriti u još jedan dugotrajan spor između države, vjerovnika i geopolitike.

ULAZNICE ZA WIMBLEDON POSTALE LUKSUZNA INVESTICIJA VRIJEDNA VIŠE OD POLA MILIJUNA DOLARA

Posebne obveznice koje vlasnicima osiguravaju neka od najboljih mjesta na Wimbledonu dosegnule su cijene veće od 500 tisuća dolara, pretvarajući pristup najpoznatijem teniskom turniru u svijetu u luksuznu financijsku imovinu.

Riječ je o Wimbledonskim debenturama, posebnoj vrsti obveznica koje vlasniku jamče sjedalo na centralnom terenu tijekom petogodišnjeg razdoblja od 2026. godine. Prema podacima Dowgate Capitala, službenog brokera za Wimbledon, u travnju su se prodavale za čak 380 tisuća funti, odnosno oko 510 tisuća dolara.

To je više nego trostruko u odnosu na početnu cijenu izdanja od 116 tisuća funti iz travnja 2024. godine, i gotovo dvostruko više od razine po kojoj su se trgovale prošle godine.

Rast cijena potaknula je snažna potražnja bogatih kupaca iz cijelog svijeta, ali i sportska priča oko rivalstva Talijana Jannika Sinnera i Španjolca Carlosa Alcaraza. Dodatni razlog je širi trend u kojem se vrhunski sportski događaji sve više pretvaraju u oblik luksuzne zabave.

“Posljednjih osamnaest mjeseci zanimanje za kupnju Wimbledonskih debentura ne prestaje.” — rekao je Tim Webb, voditelj trgovanja u Dowgateu. Dodao je da potražnja raste u Indiji i na Bliskom istoku, ali da i dalje prevladavaju kupci iz SAD-a.

Za All England Lawn Tennis Club, koji upravlja Wimbledonom, debenture su važan izvor financiranja. Takvi instrumenti prodaju se više od stoljeća, a prihod se koristi za održavanje i širenje turnirskog kompleksa. Novi prihodi trebali bi pomoći financiranju plana koji uključuje 39 dodatnih terena i stadion s osam tisuća mjesta.

Kupci zauzvrat dobivaju vrhunska mjesta, kao i pristup VIP salonima i restoranima tijekom turnira. Wimbledon počinje sljedećeg ponedjeljka.

Za investitore debenture mogu biti vrlo unosna imovina, jer su to jedine ulaznice za Wimbledon kojima se može slobodno trgovati. Vlasnici mogu prodavati sjedala za pojedine dane turnira, ili cijelu debenturu. Pri cijeni od 380 tisuća funti za petogodišnji paket, kupac zapravo plaća više od 5.400 funti po danu igre, s obzirom na to da turnir traje dva tjedna.

Većina navijača do ulaznica pokušava doći kroz javnu lutriju, gdje cijene iznose nekoliko stotina funti, ili čekanjem u tradicionalnom redu za dnevne ulaznice. No za bogate kupce postoji drukčiji put. Na tržištu preprodaje najjeftiniji dnevni paket za dva mjesta na terenu broj 1 trenutačno stoji 2.390 funti, dok se par mjesta za muško finale na centralnom terenu prodaje za gotovo 23 tisuće funti.

Sâm pristup debenturama izrazito je ograničen. Na centralnom terenu ih je 2.520, a na terenu broj 1 njih 1.250. Prednost pri novom izdanju imaju postojeći vlasnici koji žele obnoviti pravo,



FOTO: MAGNIFIC

a mnoge debenture ostaju u obiteljima generacijama.

“Ljudi vide početnu cijenu od 116 tisuća funti i misle da je to povoljno, ali po toj cijeni ne možete kupiti ako već niste u igri”, rekla je Natasha Bhatia, osnivačica tržišta Wimbledonskih debentura Green & Purple.

Neki vlasnici koriste mjesta tijekom većeg dijela turnira, a ulaznice za najtraženije dane prodaju kako bi pokrili dio troška. Dodatna prednost je to što se prodaja debenture ne oporezuje kao kapitalni dobitak, jer je instrument strukturiran kao oblik korporativne obveznice.

Tržište se ipak blago ohladilo nakon što se Alcaraz povukao s ovogodišnjeg turnira zbog ozljede zapešća. Dio kupaca koji je računao na finale ili polufinale između Alcaraza i Sinnera ostao je razočaran. Na prodaju su utjecale i nesigurnosti u putovanjima povezane sa sukobom s Iranom.

Unatoč visokim cijenama, Wimbledon zadržava posebnu privlačnost. Njegovu vrijednost ne čini samo tenis, nego i tradicija: trava, bijela oprema igrača, jagode sa šlagom i ugođaj koji drugi Grand Slam turniri teško mogu oponašati. Najtraženija su mjesta pokraj Royal Boxa, gdje sjede članovi kraljevske obitelji i poznate osobe.

Rast cijena Wimbledonskih debentura pokazuje kako se vrhunski sport sve

više pretvara u investicijsku i luksuznu kategoriju. Za jedne je to ulaznica za najbolja mjesta u teniskoj povijesti, a za druge rijetka imovina čija vrijednost raste upravo zato što joj je pristup ograničen.

DIJAMANT I SLUŽBENO PREŠAO U VLASNIŠTVO MK GROUPA

Formalno je zaključen proces kojim tvrtka Dijamant prelazi iz Fortenova grupe u vlasništvo MK Groupa, izvijestila je Fortenova u utorak.

“Nakon dobivanja svih potrebnih odobrenja nadležnih regulatornih tijela, formalno je zaključen postupak kojim tvrtka Dijamant prelazi iz vlasništva Fortenova grupe u vlasništvo MK Group.” — navodi se u priopćenju.

Time je, kako se navodi, realizirana velika akvizicija u prehrambeno-poljoprivrednom sektoru, čiji je daljnji razvoj i jačanje u zajedničkom interesu cijele regije.

“Zahvaljujući velikim investicijama Fortenova grupe posljednjih nekoliko godina, Dijamant je danas visoko konkurentna kompanija i jedna od tehnološki najsuvremenijih u industriji, s udvostučenim kapacitetima i izvrsnim brandovima. Uz velik inovativni i kadrovski potencijal, tvrtka ima sjajnu podlogu za razvojne aktivnosti koje planira novi vlasnik.” — dodali su iz Fortenove.

Ugovor o kupoprodaji Dijamanta potpisan je u siječnju. Tom transakcijom Fortenova završava izlazak iz poljoprivredne industrije i industrije jestivih ulja i prerađevina.

To je, kako je tada rečeno, dio procesa optimizacije portfelja i izlaska iz djelatnosti koje više nisu strateški smjer, a Fortenova grupa je usmjerena na trgovinu, logistiku i komercijalne nekretnine te pića.

Dijamant iz Zrenjanina, piše Hina, najveći je proizvođač jestivih ulja u Srbiji i jedan od najznačajnijih regionalnih proizvođača margarina, biljnih masti, majoneza i delikatesnih proizvoda na osnovi majoneza. Tvrtka posluje u tri segmenta — poljoprivredi, proizvodnji i distribuciji, a u svom portfelju ima više od osamdeset proizvoda.

S više od 720 zaposlenih tržišni je lider u tri od četiri svoje ključne kategorije te izvozi na tržišta šesnaest zemalja. Ukupni prihod tvrtke prelazi 175 milijuna eura.

MK Group jedna je od vodećih regionalnih holding kompanija u jugoistočnoj Europi, s poslovanjem usmjerenim na poljoprivredu, turizam, nekretnine i energetiku. Osnovao ju je srpski poduzetnik Miodrag Kostić.

Zapošljava oko 4.000 ljudi i aktivna je u Srbiji, Hrvatskoj, Sloveniji i Crnoj Gori.

ING-GRAD POTPISUJE UGOVOR VRIJEDAN GOTOVO 180 MILIJUNA EURA

Građevinska kompanija Ing-Grad izvijestila je da će potpisati ugovor vrijedan gotovo 180 milijuna eura bez PDV-a za izradu glavnog projekta i radove na središnjem kompleksu Klinike za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević u Zagrebu.

Ing-Grad je objavio da je s danom 20. lipnja postala izvršna odluka o odabiru za izradu glavnog projekta i izvođenje radova na središnjem kompleksu — pripremni radovi, faza A i faza B, koja je donesena 9. lipnja.

Ing-Grad je u 2025. ostvario ukupne prihode od 165,5 milijuna eura, što predstavlja rast od 34 posto u odnosu na prethodnu godinu, dok je neto dobit iznosila 21,7 milijuna eura, uz godišnji rast od 44 posto na usporedivoj osnovi, a tvrtka se nalazi na samom na vrhu ljestvice uspješnosti u građevinskom sektoru.

“S obzirom na izvršnost odluke o odabiru, pristupit će se potpisivanju ugovora odabrane ponude gospodarskog subjekta Zajednice ponuditelja: ING-Grad, Kamgrad i Tehnozavod, s naručiteljem, Klinikom za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević, u vrijednosti 179,8 milijuna eura bez PDV-a, odnosno 224,77 milijuna s PDV-om.” — navodi se u objavi te tvrtke na Zagrebačkoj burzi.

Na središnjem kompleksu Klinike za infektivne bolesti Dr. Fran Mihaljević trenutno se provodi velika faza modernizacije i izgradnje novih bolničkih kapaciteta.

Glavni radovi obuhvaćaju pripreme radove na gradilištu, i zgradnju okolne i pristupne infrastrukture, sanaciju i izgradnju novog energetskog kanala kroz bolnički krug, te i zgradu glavnog projekta i gradnju Faze A središnjeg kompleksa, koja uključuje novu bolničku zgradu.

BANK OF ENGLAND UBLAŽAVA PRAVILA ZA STABLECOINE KAKO UK NE BI ZAOSTAO U DIGITALNOJ IMOVINI

Bank of England ublažio je planirana ograničenja za stablecoine nakon kritika da bi prestrog regulatorni pristup mogao usporiti razvoj britanskog tržišta digitalne imovine i učiniti UK manje privlačnim za izdavatelje tokeniziranog novca.

Britanska središnja banka objavila je da odustaje od plana uvođenja ograničenja vlasništva nad stablecoinima u funtama. Umjesto toga uvodi privremeno ograničenje izdanja od četrdeset milijardi funti. Istodobno je smanjila udio imovine kojom su stablecoini pokriveni, a koji izdavatelji moraju držati u beskamatnim depozitima kod središnje banke.

Kripto kompanije ranije su upozoravale da bi prvotni prijedlozi bili stroži od planiranih američkih pravila, smanjili atraktivnost izdavanja stablecoina u funtama i otežali ambiciju Londona da postane središte za digitalnu imovinu.

Sarah Breeden, zamjenica guvernera Bank of Englanda za financijsku stabilnost, poručila je da je riječ o važnom koraku prema većem izboru i inovacijama u britanskom platnom sustavu. Prema njezinim riječima, inovacije mogu uspjeti samo ako se temelje na povjere-



FOTO: MAGNIFIC

nju, brzoj mogućnosti otkupa i snažnoj zaštiti korisnika.

Promjenu smjera Bank of England najavila je još prošlog mjeseca, kad je Breeden u intervjuu za Financial Times priznala da bi neki prijedlozi mogli biti previše restriktivni.

Novi pristup pozdravljen je u londonском financijskom sektoru, ali dio predstavnika industrije i dalje smatra da su pravila prestroga. Posebno se upozorava na zahtjeve oko imovine koja mora pokrivati stablecoine, i na ograničenja za komercijalne banke koje žele izdavati takve tokene.

Stablecoini su digitalni tokeni čija je vrijednost vezana uz tradicionalnu valutu, najčešće u omjeru jedan prema jedan. Globalnim tržištem vrijednim oko 315 milijardi dolara prevladavaju stablecoini vezani uz američki dolar, dok tokeni vezani uz britansku funtu čine manje od 0,5 posto tržišta.

Ti su tokeni važan dio kripto trgovanja, ali i sve važniji dio rasprave o budućnosti plaćanja. Zagovornici smatraju da stablecoini mogu ubrzati i pojeftiniti prekogranična plaćanja, dok regulatori upozoravaju na moguće rizike za financijsku stabilnost, osobito ako bi došlo do naglog povlačenja sredstava.

Bank of England je prvobitno razmatrao ograničenje prema kojem bi pojedinci smjeli držati do 20 tisuća funti po stablecoinu, a tvrtke do 10 milijuna funti. Cilj je bio spriječiti veći odljev depozita iz banaka. No taj se model sada zamjenjuje privremenim ograničenjem

ukupnog izdanja sistemski važnih stablecoina na 40 milijardi funti.

Središnja banka navodi da će se to ograničenje redovito preispitivati i ukloniti kad se rizici za kreditiranje gospodarstva dovoljno smanje.

Bank of England također je smanjio udio imovine koji izdavatelji stablecoina moraju držati u beskamatnim računima kod središnje banke, s 40 na 30 posto. Time se, navodi regulator, omogućuju održiviji poslovni modeli, a istodobno se zadržava sposobnost izdavatelja da odgovore na iznenadne odljeve.

Za razliku od SAD-a, gdje banke lobi- raju protiv mogućnosti da stablecoini nude nagrade korisnicima, Bank of England namjerava zabraniti isplatu kamata na stablecoine, ali dopustiti nagrade slične onima kod kreditnih kartica.

Izdavatelji stablecoina u UK-u morat će držati imovinu koja ih pokriva u zakonskom trustu, i biti sposobni isplatiti korisnike u roku od dvadeset i četiri sata. Morat će imati i dovoljno kapitala i likvidnosti u zasebnom trustu za pokrivanje troškova eventualnog gašenja poslovanja.

Revidirani prijedlozi otvoreni su za komentare do 22. rujna. Bank of England namjerava dovršiti pravila do kraja godine, kako bi regulirani stablecoini mogli početi poslovati sljedeće godine.

Ublažavanje pravila pokazuje da se UK pokušava pozicionirati između zaštite financijske stabilnosti i potrebe da ne zaostane za SAD-om i drugim tržištima u razvoju digitalne imovine.

dropson^N

SUSTAVI PROTIV KAMENCA



ANCHORA MMP d.o.o.
ovlašteni distributer

Vukov gaj 22 40320 Hodošan
0916114228
anchorammp@gmail.com
info@dropson.hr
www.dropson.hr



STRUKTURA
INŽENJERING

Gradišćanska 34, Zagreb • 01 54 94 202
strukturaing@strukturaing.hr • www.strukturaing.hr



Izrada projektne dokumentacije
Izrada revizije projekta konstrukcije
Obavljanje stručnog nadzora gradnje
Tehničko savjetovanje investitora
Upravljanje projektom gradnje
Konzultantske usluge u građevinarstvu

USTANOVA ZA ZDRAVSTVENU
SKRB ZA DJELATNOST
OPĆE/OBITELJSKE MEDICINE

DR. BAKAR

Predavec Križevački 27 48214 Predavec Križevački
0915105783
zeljko.bakar@kc.t-com.hr



POREZNE OBAVEZE U LIPNJU

POSLOVNE SUBJEKTE U LIPNJU OČEKUJU BROJNI POREZNI I ADMINISTRATIVNI ROKOVI

8. lipnja

- Dnevno i mjesečno izvješće o obračunatoj trošarini

15. lipnja

- Izvješća o posebnim porezima – mjesečna

20. lipnja

- Dnevno i mjesečno izvješće o obračunatoj trošarini

30. lipnja

- Obrazac PP-MI-PO / uplata do 30. 6.
- PDV obrazac mjesečni / uplata do 30. 6.
- ZP, PDV-S
- Predujam poreza na dohodak i dobit

- 
- Predujam spomeničke rente za prethodni mjesec
 - HGK-članarina za tekući mjesec
 - Predujam za turističku članarinu za tekući mjesec za društva i fizičke osobe
 - Akontacija općekorisnih funkcija šuma za II. tromjesečje
 - Mjesečno izvješće o posebnim porezima na kavu (MI-K) i bezalkoholnim pićima (MI-BAP)
 - Mjesečno izvješće o grijanim duhanskim proizvodima, e-tekućini i novim duhanskim proizvodima
 - Paušalni porez na dobit za neprofitne organizacije
 - GFI i propisana dokumentacija poduzetnika Fini radi javne objave

- Mjesečna izvješća o posebnim porezima i trošarinama
 - Obrazac JOPPD
 - na dan isplate primitka i dividendi ili na dan nastanka obveze uplate doprinosa, ako nema isplate, odnosno najkasnije sljedeći radni dan
 - do 30. u mjesecu za primitke ostvarene u tekućem mjesecu, uključujući mirovine HZMO-a i drugi dohodak sezonskih radnika u poljoprivredi
 - do 15. u mjesecu za primitke ostvarene ili isplaćene u prethodnom mjesecu: primitke u naravi, plaću ili drugi dohodak, neoporezive primitke, osim propisanih iznimaka, i prava iz osiguranja
- 

POLJOPRIVREDNA ZADRUGA KOROD

Uzgoj i otkup žitarica

Ive Lole Ribara 2
31207 Korog
099 832 1977
matej.jelic93@gmail.com,pzkorog@gmail.com

MOZAIK

Braće Radića 42
33405 Turnašica

091/5485-375
josipgolic42@gmail.com

KERAMIČARSKE USLUGE



**VELEPRODAJA
TELEKOMUNIKACIJSKE
OPREME I MATERIJALA**

Kaptol 19
10000 Zagreb

Tel. +385 1 4814 862

watel@watel.hr
www.watel.hr



ANTENAL

Antenal 9A, 52466 Novigrad
052/ 758 299, 052/ 758 310
kamenantenal@antenal.hr
www.antenal.hr



KAMENOLOM I PRERADA KAMENA



Royal Grill

Jurja Haulika 6 43000 Bjelovar
091/7890-107
arianroyalwork@gmail.com
f Royal Grill Bjelovar



**HIDROIZOLACIJE
IZOLACIJE KROVIŠTA**

BRANE IZOLACIJA

Škurinjskih žrtava 14 51000 Rijeka
098/835-701
branimir.andricevic@gmail.com

NOVA UTRKA U OBRANI: KAKO JE ORQA IZ OSIJEKA POSTALA DIO GLOBALNE BORBE ZA DRONOVE, BEZ KINESKIH KOMPONENTI

SVIJET PONOVO ULAŽE MILIJARDE U OBRANU, ALI NOVA UTRKA VIŠE SE NE VODI SAMO U TENKOVIMA I AVIONIMA. DRONovi, SENZORI, SOFTVER, UMJETNA INTELIGENCIJA I SIGURNI LANCI OPSKRBE POSTALI SU KLJUČNA INFRASTRUKTURA MODERNOG RATOVANJA — A U TOJ SE GLOBALNOJ PROMJENI SVE OZBILJNIJE POJAVLJUJE I OSJEČKA ORQA.

Još prije nekoliko godina ulaganje u obrambenu tehnologiju za velik dio europskih investitora bilo je gotovo neugodno područje. Fondovi su rado govorili o klimatskim tehnologijama, fintechu, umjetnoj inteligenciji i softveru koji optimizira sve osim našeg strpljenja. Obrana je bila teža tema: previše politike, previše regulacije, previše reputacijskog rizika.

Onda je rat u Ukrajini promijenio gotovo sve.

Dronovi, autonomni sustavi, elektro-ničko ratovanje, umjetna inteligencija, senzori, simulacije i protudronski sustavi odjednom više nisu izgledali kao uska vojna niša. Postali su infrastruktura suvremenog ratovanja. Ono što se prije mjerilo samo brojem tenkova, aviona i brodova, danas se sve više mjeri sposobnošću da se na bojištu brzo vidi, odluči, komunicira, ometa, štiti i pogodi.

Dron je u toj priči najvidljiviji simbol promjene. Mali, razmjerno jeftin, skalabilan i dovoljno fleksibilan da promijeni pravila igre od Ukrajine do Bliskog istoka. No prava promjena nije samo u letjelici. Ona je u cijelom sustavu oko nje: u komunikacijskim linkovima, kamerama, motorima, softveru, simulatorima, obuci, podacima, umjetnoj inteligenciji i lancima opskrbe.

Zbog toga se obrambena tehnologija pretvorila u jednu od najvrućih investicijskih tema u Europi i Sjevernoj Americi. Kapital koji je donedavno izbjegavao

defense-tech, sada ga traži. Njemački Helsing prikupio je 1,8 milijardi dolara i dosegao valuaciju od 18 milijardi dolara. Američki Anduril, Shield AI i niz drugih kompanija postali su primjeri nove generacije obrambenih tvrtki koje ne izgledaju kao klasični industrijski konglomerati, nego kao tehnološke platforme s proizvodnim ambicijama.

U takvom svijetu sve je važnije pitanje tko proizvodi dron, gdje ga proizvodi i koje su komponente unutra. Kad je riječ o segmentu obrane, više se ne pita samo radi li tehnologija, već i može li se vjerovati njezinu lancu opskrbe.

Upravo tu počinje priča o Orqi iz Osijeka, što je, priznajmo, i dalje dovoljno neobično da globalni investitor prvo pogleda kartu, a tek onda cap table.

Orqa je krenula 2018. godine kao tvrtka koja je razvila FPV naočale za upravljanje dronovima iz perspektive prvog lica. Danas prodaje proizvode u više od pedeset zemalja, radi s međunarodnim obrambenim partnerima, širi proizvodnju i pokušava izgraditi nešto što je u ovom dijelu Europe rijetko: vertikalno integriranu defense-tech tvrtku koja razvija vlastiti hardver, softver i ključne komponente.

“Orqa je krenula 2018. godine, prodajući tada prve non-Chinese naočale za upravljanje dronom iz first person view perspektive. Danas naše proizvode prodajemo u više od pedeset zemalja svijeta, a sve to još uvijek radimo iz na-



FOTO: ORQA

šeg Osijeka.” — kaže Goran Simonovski, financijski direktor Orqe.

U ovoj priči Goran nije sugovornik koji dolazi tek na kraju da komentira brojke. On je ključan upravo zato što nova obrambena industrija nije samo stvar inženjera, vojske i geopolitike. Ona je i stvar kapitala, cash flowa, zaliha, CAPEX-a, radnog kapitala, regulatornih dozvola i sposobnosti da mali grad u Hrvatskoj izdrži tempo svjetske potražnje.

A tempo je postao neobuzdan.

Od FPV naočala do globalnog defense-techa

Orqa se ove godine našla na Deloitte EMEA Technology Fast 500 listi, među



najbrže rastućim tehnološkim kompanijama u Europi, na Bliskom istoku i u Africi. Za mnoge tvrtke takvo bi priznanje bilo vrhunac priče. Za Orqu je više potvrda da se faza startup romantike završila i da počinje ozbiljniji, teži dio.

Orqa je, kaže Simonovski, posljednjih godina već postala stalni gost na Deloitteovim Fast 50 i Fast 500 listama. No važnije od priznanja je ono što ono simbolizira: tvrtka iz Osijeka može se mjeriti s tvrtkama iz većih i bogatijih europskih centara.

“Posljednjih nekoliko godina smo zapravo postali stalni gosti na Fast 50 i Fast 500 listama i, iako nam nikada nije bilo najvažnije sudjelovati na raznim rang listama, odličan je osjećaj kad i unutar

tvrtke i ljudima oko nas možemo pokazati kako jedna tvrtka iz Osijeka, s našim, domaćim ljudima koji su ovdje išli u škole i na fakultete, može bez problema parirati tvrtkama iz puno jačih i većih europskih gradova.”

No iza te rečenice ne stoji provincijski ponos zbog ponosa. Stoji poslovni prijelaz koji je mnogim startupima najteži: prelazak iz brze, improvizirane faze rasta, u fazu u kojoj se mora graditi sustav.

“Mi već duže vrijeme prelazimo u fazu odraslog scale-up-a, koji sa sobom nosi potpuno drukčije izazove nego kad smo tek počinjali.”

Orqa je, kaže Simonovski, posljednjih šest godina praktički svake godine udvostručavala prihode i broj zaposlenih.

Takav rast zvuči odlično u prezentaciji, ali u stvarnosti stvara pritisak koji se ne može riješiti samo oduševljenjem.

“U svijetu startupova rast je jako bitan, i mi ga uspješno bilježimo zadnjih šest godina, na način da praktički svake godine udvostručujemo naše prihode i broj zaposlenih. Međutim, trenutno smo jako usmjereni i na dugoročnu operativnu stabilnost koja nam je ključna ako želimo, a želimo i planiramo, prikazivati dvostruki rast i u godinama koje dolaze.”

Danas se u Orqi stoga ne govori samo o proizvodu, nego i o procesima, procedurama, kontrolama i ERP sustavu. To možda zvuči manje uzbudljivo od dronova, umjetne inteligencije i američkog



FOTO: ORQA

tržišta, ali bez toga nema ozbiljne proizvodnje.

“U ovoj fazi zrelosti bitno je postaviti temelj ‘operational excellence’. To podrazumijeva provođenje jasnih procesa, procedura, kontrola i ERP sustava, dakle jakih temelja koje tvrtka u fazi scale-up-a jednostavno mora imati postavljene da bi osigurala dugoročnu stabilnost.”

Drugim riječima, nema globalne obrambene tvrtke ako je poslovanje još u fazi “vidjet ćemo u Excelu”.

A u Orqi su, kako će Simonovski kasnije reći, iz Excela već morali izaći.

Zašto je Orqa bila spremna kad se tržište promijenilo

Dronovi su danas strateška tehnologija, ali Orqa nije nastala zato što je netko 2022. pogledao rat u Ukrajini i zaključio kako bi bilo zgodno proizvoditi besposadne sustave. Ključna odluka donesena je ranije: ne biti samo sistem integrator.

To znači ne kupiti komponente od različitih dobavljača, sastaviti gotov proi-

zvod i na njega staviti vlastiti logo. Orqa je od početka išla težim putem: razvijati vlastiti IP, vlastiti know-how, vlastiti R&D i vlastitu proizvodnju.

“Od samog početka tvrtke imali smo jasnu viziju gdje i kako napreduje tehnologija, i uvijek tvrdim da smo od samog početka izabrali teži i puno kompliciraniji put. Umjesto da budemo tek jedan od sistem integratora, koji komponente kupuje od različitih tvrtki i unutar kuće samo sastavlja gotov proizvod, mi smo od starta željeli imati vertikalnu proizvodnju”, kaže Simonovski.

Riječ je o financijski bolnijem putu. Traži kapital, ljude, opremu, zalihe, kontrolu kvalitete i strpljenje. Ali u trenutku kad se geopolitičko okruženje promijeni, upravo takav put postaje prednost.

“Htjeli smo sami nadzirati naš lanac nabave, kvalitetu proizvodnje i finalni proizvod. Time smo od početka gradili vlastiti IP, vlastiti know how, i postavili jak R&D tim koji je pratio potrebe tržišta i radio na našim vlastitim proizvodima. Iz financijske perspektive to je, naravno,

značilo da moramo osigurati snažnu likvidnost koja je bila potrebna da podrži sve to, od nabave CAPEX-a, zaposlenja ljudi, pa do ulaganja u proizvodne kapacitete i ljudske talente.”

Ono što je tržište izvana vidjelo kao tvrtku poznatu po FPV naočalama, iznutra je već bilo šire.

“Dok je cijeli svijet mislio da mi imamo samo taj jedan proizvod i da prodajemo samo to, mi smo iza zatvorenih vrata strpljivo radili na razvoju potpuno novih linija različitih tehnoloških proizvoda.”

Danas se ta linija, kaže, širi od radio i video linkova, antena, kamera, motora, softvera, simulatora i trening sustava, do različitih veličina dronova.

“Danas se ta linija širi od radio i video linkova, antena, kamera, motora, softvera, simulatora i trening sustava, pa sve do različitih veličina dronova koji imaju sve kritične komponente i sustave proizvedene kod nas u Osijeku.”

Zato je Orqa, kad je rat u Ukrajini promijenio način na koji vojske razmišljaju o besposadnim sustavima, mogla reagi-

rati brže od onih koji su tek tada počeli graditi tehnologiju.

“Samim time, u trenutku izbijanja rata u Ukrajini i promjene globalnog okruženja, nama je bilo puno lakše i brže reagirati na nove potrebe tržišta. Bili smo spremni, jer smo već imali razvijenu tehnologiju i gotova rješenja koja smo mogli odmah pokazati svijetu, zajedno s načinom kako se ta tehnologija može integrirati u jedan potpuno novi obrambeni sustav.”

Dron više nije samo dron

Kad se danas govori o dronovima, javnost često zamišlja samu letjelicu. No u obrambenoj tehnologiji sve više vrijedi suprotno: sama letjelica postaje tek jedan dio sustava.

Orqa najveći prostor rasta ne vidi u tome da bude proizvođač jednog tipa drona, nego da nudi zaokruženi robotički sustav.

“Mi danas najveći rast vidimo u području ponude cijelog, zaokruženog robotičkog sustava koji obuhvaća sve navedeno. Dakle, od hardvera, softvera, simulatora i treninga, pa sve do AI integracije s drugim dostupnim rješenjima na tržištu.” — kaže Simonovski.

Takav pristup Orqu gura prema platformi. To je važna riječ, iako je u tehnološkom svijetu toliko potrošena da bi joj ponekad trebalo uvesti regulatornu dozvolu za korištenje. Ali u ovom slučaju ima smisla.

“Mi zapravo gradimo jednu tehnološku platformu koju možemo raspodijeliti na različite vertikale prema specifičnim potrebama klijenata. Time obuhvaćamo kompletan sustav i nudimo gotova rješenja koja klijent može znatno jednostavnije integrirati kod sebe.”

Ključ je u integraciji. Simonovski kaže da danas nije najveći problem proizvesti sam dron. Puno je teže uklopiti tu tehnologiju u sustave koji su do prije nekoliko godina funkcionirali potpuno drukčije.

“Danas na tržištu nije toliko problem proizvesti sam dron. Puno je teže i složenije integrirati taj tip tehnologije u sustav koji je, primjerice, do prije rata u Ukrajini operirao na potpuno drukčiji način.”

To je razlog zašto Orqa gradi timove koji s kupcima definiraju stvarne potre-

be, a zatim tehnologiju prilagođavaju postojećim sustavima.

“Svojim klijentima već sada pružamo to da ih vodimo kroz cijeli proces, od planiranja njihovih potreba pa sve do same integracije naših rješenja u njihov postojeći sustav. Iz poslovne i financijske perspektive taj zaokruženi, platformski pristup donosi nam puno veću dodanu vrijednost i dugoročnu stabilnost nego od same prodaje našeg hardvera.”

Orqa očekuje da će se potražnja koja danas dolazi iz vojnog sektora postupno preliti na industrijske potrebe, civilnu zaštitu i druga područja. Tada će vrijednost sve više biti u podacima.

“Vrlo brzo očekujemo da se potražnja koja posljednjih godina dolazi prije svega iz vojnog sektora, prelije na civilni sektor. Mi već sada radimo na rješenjima koja će se moći primijeniti, primjerice, u industrijske potrebe ili civilnu zaštitu. U tom segmentu, osim samog hardvera i softvera, podaci koje ti sustavi prikupljaju bit će neprocjenjivi i puno važniji od same letjelice.”

U toj fazi, kaže, dron postaje komoditet, a prikupljanje i obrada podataka ključan trenutak. U tom trenutku više ne razgovaramo o dronu, nego o zračnoj robotici koja postaje pomagalo za prikupljanje podataka.

Kanada, SAD i ulazak u prvu ligu

Najveći javno vidljiv iskorak Orqe ove godine je strateško partnerstvo s kanadskom tvrtkom Remote Robotic Systems, procijenjeno na oko 150 milijuna kanadskih dolara tijekom pet godina. Za hrvatsku tvrtku iz Osijeka to nije samo velika

brojka. To je ugovor koji mijenja način planiranja.

“Taj ugovor je zapravo rezultat našeg dugogodišnjeg rada s njima; oni su već prošle godine bili jedan od naših važnijih klijenata preko kojeg smo uprihodili značajnu brojku.” — kaže Simonovski.

Dugoročni ugovor donosi ono što rastuća proizvodna tvrtka treba više od lijepe naslovnice: predvidljivost.

Operativno, to znači širenje proizvodnih kapaciteta, nova zapošljavanja i ubrzanje istraživanja i razvoja u području umjetne inteligencije i autonomnih sustava.

No Kanada nije izolirani slučaj. Sličan model Orqa razvija i u SAD-u, gdje je s američkim partnerom By Light osnovala joint venture kompaniju Orqa US. Sjedište je u Palo Altu, a proizvodni centar na Floridi.

Ali ulazak na američko obrambeno tržište nije običan izvoz. To nisu okolnosti u kojima se roba pošalje, faktura izda, a svi zadovoljno odu na kavu. Obrambena tehnologija, osobito ona dvojne namjene, dolazi s kontrolama, dozvolama, provjerama i pravilima koja su često složenija od same logistike.

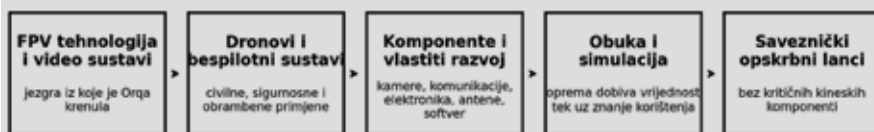
“Nešto slično kanadskom modelu ostvarujemo i s našim američkim partnerom, tvrtkom ByLight, s kojom smo prije nekoliko mjeseci osnovali joint venture kompaniju Orqa US. No, moram reći da sâm ulazak na to tržište uopće nije jednostavan. Morali smo proći kroz rigorozna testiranja i validacije naših sustava kako bismo im dokazali da niti jedna jedina kritična komponenta nije proizvedena u Kini, nego da sve razvijamo i radimo u jednom manjem gradu, u Osijeku u Hrvatskoj.”



IZVOR: ORQA

**Što sve stoji iza Orqe**

Od FPV tehnologije do savezničkih opskrbnih lanaca



Orqin rast nije samo rast jedne tehnološke tvrtke, nego primjer šire promjene: dronovi su iz potrošačke i hobističke niše prešli u infrastrukturu obrane, sigurnosti i industrijske autonomije.

IZVOR: ORQA

Ta rečenica sažima cijelu novu logiku obrambene industrije. Prije deset godina mnoge bi tvrtke pokušavale dokazati da imaju najjeftiniji lanac opskrbe. Danas u obrambenoj tehnologiji moraju dokazati da imaju pouzdan, saveznički i provjerljiv lanac opskrbe.

Na to je Orqa posebno ponosna i to naziva vlastitim DNA, koji u Osijeku planiraju zadržati i dalje razvijati.

Sjeverna Amerika je za Orqu važna, jer se ondje tehnologija najbrže testira, kupuje i integrira.

“Oni diktiraju trendove. Nama su ta tržišta iznimno važna kako bismo iz prve ruke prisustvovali njihovim naprednim programima i projektima, i to je glavni razlog zašto je naš footprint tamo iz dana u dan sve veći i prisutniji.”

Ako želite igrati u prvoj ligi zračne robotike, kaže Simonovski, morate biti ondje gdje se ta tehnologija najbrže razvija i primjenjuje.

Europa se, kaže, pomiče, ali sporije.

To je jedna od ključnih razlika između američkog i europskog obrambenog tržišta. Amerika može biti regulatorno zahtjevnija, ali kad sustav prepozna potrebu, može se kretati brzo. Europa često ima novac, potrebu i političku volju, ali i složenu javnu nabavu, nacionalne interese i sporiju koordinaciju.

Za tvrtku poput Orqe to znači da mora igrati na oba terena.

Made in Croatia kao obrambena prednost

Jedna od najvažnijih riječi u novoj obrambenoj industriji je suverenost. Ne kao velika politička parola, nego kao vrlo konkretno pitanje: Možete li dokazati odakle dolazi komponenta?

Kod dronova je to posebno osjetljivo, jer je Kina dugo prevladavala u komercijalnim i potrošačkim lancima opskr-

be. No, u obrambenoj primjeni kineske komponente postaju rizik, a često i prepreka.

Orqa je tu u razmjerno rijetkom položaju. Od početka je gradila vertikalno integrirani lanac opskrbe u vlastitoj režiji.

“Samim time, u stanju smo u potpunosti popratiti sve procese — od nabave sirovina, skladištenja, same proizvodnje i kontrole kvalitete, pa sve do isporuke kupcima.”

Takav sustav omogućuje praćenje odgovornosti i kvalitete unatrag kroz proizvodnju.

“Mi se u bilo kojem trenutku možemo vratiti unazad kroz sustav i vidjeti tko je točno interno radio na kojem dijelu komponente, ako se pojavi bilo kakav problem s kvalitetom.”

To nije glamurno, ali je strateški važno. Obrambeni kupci ne kupuju samo uređaj. Kupuju sigurnost da se taj uređaj može isporučiti, održavati i provjeriti.

Za startup je to najteži mogući put.

“Naravno, iz perspektive startupa to je daleko najteži mogući put. Danas je na tržištu puno više softverskih startupova upravo zato što postavljanje vlastite proizvodnje ne zahtijeva samo golemu likvidnost i pažljivo upravljanje cash flow-om, nego i velik broj zaposlenika, stalna ulaganja u CAPEX i ozbiljne zalihe.”

Orqa je, kaže Simonovski, zapravo izgradila tvornicu od ničice — bez podrške investitora i dokapitalizacija kroz koje su prošli, to bi bilo praktički nemoguće izvesti, ali dugoročna strategija ih je dovela upravo do tog trenutka, kad cijeli svijet traži suverene lance opskrbe, a uočavaju da je to što imaju sve pod svojim krovom postalo najveća prednost.

Najbolji primjer je američko tržište, gdje tvrtke koje proizvode dronove

za obrambene potrebe ne smiju imati ključne komponente iz Kine.

Zbog toga, kaže Simonovski, danas puno američkih tvrtki kupuje upravo Orqine komponente i ugrađuje ih u svoja robotička rješenja.

“Mi smo jako ponosni što smo sav operativni dio našeg poslovanja smjestili u Osijeku, i ne mislimo to mijenjati. Imamo veliku podršku naših lokalnih partnera, i vrlo smo im zahvalni na tome. Samim time što nosimo oznaku Made in Croatia (EU), imamo golemu prednost na tržištu.”

Orqa sada ide još dalje. Simonovski najavljuje da tvrtka postavlja vlastitu proizvodnju optike i baterijskih sustava.

“I njih namjeravamo plasirati drugim kupcima kojima je status Made in EU kritično bitan. Time želimo postati središte u kojem su sav hardver, softver i dopunska rješenja proizvedena potpuno in house.”

Ako se taj plan ostvari, Orqa se dodatno udaljava od slike “proizvođača dronova” i približava ulozi dobavljača kritičnih komponenti za savezničke lance opskrbe.

To je bitno drukčiji poslovni model, ali potencijalno puno vredniji.

Financiranje proizvodnje: rast je skup sport

Izvana rast izgleda sjajno. Više ugovora, više ljudi, više tržišta, više proizvodnje. Iznutra, rast u proizvodnoj defense-tech kompaniji znači da morate unaprijed financirati sirovine, opremu, ljude, zalihe, kapacitete i rizik.

Simonovski taj prijelaz opisuje jednostavno.

“To vam je kao kad iz osnovne škole prijedete u srednju školu. Skok je golem, i to prije svega kad poslužete u segmentu proizvodnje. Što brže i više rastete, tako rastu i vaše poteškoće.”

Najveća promjena je radni kapital.

“Odjednom vam planiranje potreba obrtnog kapitala za pretfinanciranje sirovina, opexa i capexa drastično skaču. Naravno da je sve to usko vezano s našim planovima prodaje, i zbog tog razloga su vođenje cash flow-a i upravljanje rizicima trenutno ključne aktivnosti kod našeg financijskog upravljanja.”

To znači da se rast mora financijski orkestrirati: predujmovi od kupaca, ro-

kovi plaćanja dobavljačima, bankarska likvidnost i planiranje naplate.

Tu počinje ozbiljno usklađivanje: od ugovaranja predujmova s kupcima do dogovaranja dužih razdoblja plaćanja prema dobavljačima, i osiguravanja likvidnosti s bankama koje nas moraju popratiti do samog trenutka naplate.

“Samim time upravljanje tvrtkom postaje znatno više strateško i na puno dužoj vremenskoj razini. Planovi se više ne rade za mjesec ili dva unaprijed, nego gledamo minimalno šest do dvanaest mjeseci u budućnost.”

A onda dolazi rečenica koju bi trebalo uokviriti u svakoj tvrtki koja misli da može globalno skalirati iz tablice.

“Više se ne radi u Excelu, već se prelazi na ozbiljno vođenje sustava kroz KPI-jeve, jer strašno puno kapitala odlazi u potrebe working kapitala.”

Ovo je možda najmanje romantičan, ali najvažniji dio priče. Dronovi mogu biti brzi, ali novac zna biti spor. Ako

ga nema dovoljno u pravom trenutku, proizvodnja zapinje. Ako su zalihe krivo planirane, ugovor se komplicira. Ako je CAPEX podcijenjen, rast počinje boljeti.

Kod obrambenih ugovora dodaje se i pravni rizik.

“Osim financijskog, tu je sada i puno veći segment upravljanja pravnim rizikom kod sklapanja ugovora koji sa sobom nose veliku odgovornost. Zbog toga smo proširili i svoj pravni tim, čija je zadaća posložiti i procijeniti rizik u koji ulazimo te predložiti zaštitne mehanizme koji zadovoljavaju naše uvjete.”

Proizvodnja je, kaže, priča za sebe. Treba planirati nabavu, ljude, cikluse, procese i kapacitete. Svaki proces postaje niz manjih procesa, a svaki od njih nosi novi sloj aktivnosti.

“Svi mi u tvrtki smo zapravo učili zadnjih godina, jer nitko od nas prije nije imao specifično iskustvo upravljanja tvrtkom koja trenutno prevladava u se-

gmentu te nove vojne industrije. Uskladiti takav brutalan rast s istodobnim poboljšanjem internih procesa je strašno teško.”

U brojkama, promjena je golema.

“Ponekad kad pogledam naše financijske podatke od prije samo tri godine, naša ulaganja u OPEX i CAPEX su bila na šest puta manjoj razini nego što su trenutno, a stanje naših zaliha i ulaganja u imovinu iz današnje perspektive izgledaju gotovo zanemarivo.”

Dugoročni ugovori poput kanadskog donose stabilnost, ali ne ukidaju složenost. Oni samo omogućuju da se složenost planira.

“Naravno da ulaskom u takve višegodišnje ugovore unosimo dugoročnu stabilnost u naše planiranje i proizvodnju, i to je to stanje ka kojem težimo, ali kroz sve to smo pokazali da, bez obzira na uvođenje čvrstih procesa, možemo ostati iznimno agilni i prilagodljivi svakom zahtjevu naših klijenata.”



FOTO: DRDOA



FOTO: ORQA

Što Orqa želi biti

Na pitanje gdje vidi Orqu u sljedećim godinama, Simonovski ne bira jednu ladicu. Ne samo proizvođač dronova. Ne samo platforma za obrambeni sektor. Ne samo dobavljač komponenti. Nego šire.

“Mi Orqu vidimo prije svega kao vođecu u području zračne robotike, ali s jasnim iskorakom i prema kopnenom i pomorskom području (land and sea).”

Besposadna tehnologija, smatra, neće ostati zatvorena u vojnom sektoru.

“Potpuno smo svjesni da će besposadna tehnologija s vremenom biti primijenjena u svim segmentima života, a platforma koju mi danas gradimo omogućit će našim klijentima da je prilagode i primijene točno prema svojim posebnim potrebama.”

A onda CFO vraća razgovor tamo gdje mora završiti: financijski smisao.

“Naravno, kao CFO, moram naglasiti da u svemu tome financijski smisao mora biti jasno vidljiv. Mi smo tvrtka koja uspješno maksimizira shareholder value, bez obzira na to pričamo li o našim zaposlenicima koji imaju udjele, ili o našim investitorima. Dokle god je tvrtka financijski zdrava, stabilna i uspješna, sve ostalo se prirodno veže uz to.”

Ta rečenica dobro zatvara Orqin položaj. Ovo nije priča o entuzijastima koji su slučajno upali u defense-tech boom. Nije ni priča samo o geopolitici koja je svima promijenila poslovne planove. Orqa je zanimljiva jer se nalazi na sjecištu nekoliko velikih promjena: europskog rearmiranja, potrage za suverenim lancima opskrbe, rasta ulaganja u obrambenu tehnologiju, primjene umjetne inteligencije i pokušaja da se hardverska proizvodnja vrati u savezničke zemlje.

Prije deset godina Europa je o dronovima često razmišljala kao o dodatku postojećim vojnim sustavima. Danas su oni jedan od temelja nove sigurnosne arhitekture. Prije deset godina proizvodnja iz Osijeka možda bi investitorima zvučala kao simpatična regionalna priča. Danas, ako iz Osijeka dolazi tehnologija koja može ući u američke, kanadske i europske obrambene sustave, lokacija više nije slabost. Može biti dokaz da se nova industrija ne mora graditi samo u starim centrima moći.

TEUTA FRANJKOVIĆ

Kapital se okrenuo obrani

Prije nekoliko godina obrambena industrija bila je teška za VC fondove. Danas je defense-tech jedan od najtraženijih segmenata.

Simonovski kaže da Orqa to osjeća kroz sva tri kanala: lakši pristup kapitalu, veće zanimanje partnera i kupaca te pritisak da se proizvodnja brže skalira.

“Sve tri točke koje ste naveli se polako, ali sigurno događaju. Naravno da kroz stalni rast prihoda i profitabilnosti postajete sve zanimljiviji VC fondovima, kojima je DefenseTech trenutno jedan od najtoplijih segmenata na globalnom tržištu.”

Orqa je prije dvije godine zatvorila investicijsku rundu u kojoj je u vlasničku strukturu ušao jedan od velikih Tier 1 fondova iz Silicijske doline, sa Sand Hill Road. Ime fonda u ovom razgovoru nije navedeno, ali sama referenca pokazuje razinu zanimanja.

“Otkako smo prije dvije godine uspješno zatvorili investicijsku rundu u kojoj se na naš cap table upisao jedan od najvećih Tier 1 fondova iz Silicijske doline, s prestižnog Sand Hill Road, to je itekako zaintrigiralo i druge velike VC-jeve da nas počnu pomnivo pratiti.”

Krajem prošle godine zatvorili su i rundu s poznatim europskim VC par-

tnerom specijaliziranim za obrambenu industriju.

“Povrh toga, krajem prošle godine uspješno smo zatvorili i našu zadnju investicijsku rundu s vrlo poznatim europskim VC partnerom koji je specijaliziran upravo za obrambenu industriju.”

Promjena u raspoloženju kapitala je velika.

“Do prije samo nekoliko godina tvrtkama poput naše bilo je iznimno teško osigurati dodatnu likvidnost, bilo kroz VC fondove ili preko banaka. U to vrijeme je većina investitora gledala na obrambenu industriju kao na sektor u koji se kapital jednostavno ne plasira zbog raznih restrikcija.”

Sada je drukčije. Geopolitika je promijenila investicijske kriterije.

“S promjenom geopolitičkog stanja i prepoznavanjem potrebe da se Europa osigura i zaštiti, do kapitala je danas srećom puno lakše doći. Mi to, naravno, nastojimo do kraja iskoristiti, jer nam je ta likvidnost nužna za ispunjenje naših ambicioznih ciljeva.”

Orqa zasad nije u aktivnom fundraisingu, ali prati tržište. Sâm kapital je potreban, jer rast proizvodnje traži novac. Orqa puno ulaže u skaliranje kapaciteta u Osijeku i nova zapošljavanja. Samo od početka godine do kraja lipnja zaposlili su 98 novih ljudi.



PUZZI PROFI

obrt za održavanje čistoće

Vanje Raduša 22
32100 Vinkovci

098/ 269 541
albina.ilic@vk.t-com.hr



Arsenal d.o.o.

Arsenalska 8, 52100 Pula

Tel: 052/555-380
Fax: 052/393-102
Mob: 091/1372-285

arsenal@arsenal.hr
www.arsenal.hr

Financijski konzalting
EU fondovi

Restrukturiranje poslovanja
(i porezno savjetovanje)

Računovodstvo



**TRANSPORT
ŠTEGER**

domaći i međunarodni
prijevoz robe

Veliki Rastovac 51
33515 Veliki Rastovac
0913643277
steger.knjigovodstvo@gmail.com



TOMISLAV BREČIĆ I VLADIMIR ROMANOV, AMPLIBIT: SIGURNOST, USKLAĐENOST I UPRAVLJANJE RIZICIMA NAJVAŽNIJI SU ZA RAZVOJ OZBILJNIH RJEŠENJA

AMPLIBIT JE HRVATSKA SOFTVERSKA KOMPANIJA OSNOVANA 2020. GODINE, U TRENUTKU KAD SU BANKE I FINACIJSKE USTANOVE UBRZANO DIGITALIZIRALE POSLOVANJE I TRAŽILE PARTNERE KOJI RAZUMIJU NE SAMO TEHNOLOGIJU, NEGO I REGULIRANO OKRUŽENJE. TVRTKA RAZVIJA SPECIJALIZIRANA B2B RJEŠENJA ZA VENDOR MANAGEMENT, UPRAVLJANJE EKSTERNALIZACIJAMA, COMPLIANCE PROCESSE, RIZIKE, SIGURNOST I OPERATIVNU UČINKOVITOST, A OVE SE GODINE PLASIRALA NA DELOITTE EMEA TECHNOLOGY FAST 500 LISTU ZA 2025. GODINU.

S Tomislavom Brečićem i Vladimirom Romanovim iz Amplibita razgovarali smo o tome kako iz Hrvatske graditi softversku kompaniju za financijski sektor, zašto bankama više nisu dovoljni generički alati, kako regulativa poput DORA-e mijenja potrebe tržišta te gdje umjetna inteligencija može pomoći, a gdje u reguliranom sektoru otvara nove rizike.

Amplibit se plasirao na Deloitte EMEA Technology Fast 500 listu za 2025. godinu. Što za vas znači taj plasman i kako ga gledate u kontekstu razvoja kompanije od osnivanja do danas?

Plasman na Deloitteovu listu za nas nije bio cilj, nego posljedica. Lista mjeri rast, ali ne pokazuje kako je taj rast nastao. U našem slučaju iza brojki stoje tim koji smo strpljivo gradili, proizvodi koje smo razvijali u vlastitoj režiji, i povjerenje koje smo stekli u financijskom sektoru, segmentu koji ne ostavlja puno prostora za improvizaciju.

Amplibit smo pokrenuli 2020. godine, usred pandemije. Na prvi pogled, tajming nije mogao biti zahtjevniji. No upravo se u tom razdoblju pokazalo koliko banke i financijske ustanove moraju ubrzati digitalizaciju i koliko im je potreban partner koji podjednako razumije softver, poslovne procese i regulirano okruženje.

Nismo željeli graditi još jednu generičku development kompaniju. Od prvog dana ideja je bila spojiti bankarsko i procesno znanje s razvojem modernog

softvera. Danas se taj smjer vidi kroz projekte i proizvode koje razvijamo u područjima vendor managementa, upravljanja eksternalizacijama, compliance procesa, upravljanja rizicima, operativne učinkovitosti, sigurnosti i automatizacije poslovnih procesa.

Deloitteov plasman važan nam je jer pokazuje da se i iz Hrvatske može graditi specijalizirana B2B softverska kompanija koja rješava konkretne probleme velikih i reguliranih organizacija. Za nas je to potvrda smjera kojim idemo, ali ne i cilj sam po sebi. Ne zanima nas rast zbog rasta, nego održiv razvoj temeljen na znanju, proizvodima i povjerenju klijenata.

Amplibit je osnovan 2020. godine, u razdoblju velike neizvjesnosti i ubrzane digitalizacije. Koji su bili ključni razlozi vašeg rasta u godinama koje je Deloitte promatrao?

Fokus. Od početka smo odlučili da nećemo rasti brojem ljudi, nego znanjem, proizvodima i dugoročnim odnosima s klijentima.

Bankama danas nije dovoljno imati dobavljača koji može tehnički isporučiti softver. Takvih kompetencija na tržištu ima. Ono što im je stvarno potrebno jest partner koji razumije njihove poslovne procese, regulatorne obveze, sigurnosne standarde, interne kontrole i način donošenja odluka u velikim organizacijama. Upravo u tom prostoru prepoznali smo priliku za Amplibit.

Drugi važan razlog rasta bio je razvoj vlastitih rješenja iz problema koje smo

izravno vidjeli u praksi. Kad se isti izazov ponavlja kod više ustanova, bilo da je riječ o upravljanju dobavljačima, eksternalizacijama, operativnim rizicima ili regulatornim obvezama, tada shvatite da to više nije samo pojedinačni projekt, nego stvarna potreba tržišta.

Treći razlog je tim. U proteklom smo godinama narasli sa sedam na sedamnaest zaposlenika, ali smo pritom pazili da ne rastemo po svaku cijenu. U poslu u kojem su pouzdanost, sigurnost i kontinuitet poslovanja klijentu egzistencijalni, povjerenje se gradi sporo, a gubi brzo.

Kako biste najjednostavnije opisali što Amplibit radi za banke i financijske ustanove? Koji problem vašim klijentima najčešće rješavate?

Amplibit razvija softver koji bankama, financijskim ustanovama i drugim reguliranim organizacijama pomaže da složene poslovne, regulatorne i operativne procese vode učinkovitije, sigurnije i transparentnije.

U praksi se često susrećemo s izazovima kad je određen proces poslovno kritičan, ali je razlomljen kroz e-maile, Excel tablice, više internih sustava i neformalno znanje pojedinaca. U reguliranom okruženju takav način rada vrlo brzo postaje ozbiljan rizik. Nije dovoljno samo imati podatak. Važno je znati tko je što odobrio, kada, prema kojem kriteriju, uz koji rizik, i može li se to jasno dokazati pred revizijom ili regulatorom.

Tu nastupa Amplibit. Procese digitaliziramo, standardiziramo i činimo



mjerljivima, bilo da je riječ o upravljanju dobavljačima, eksternalizacijama, operativnim i organizacijskim rizicima, internim zahtjevima, izvještavanju, odobravanju ili praćenju obveza.

Iz tih su izazova nastali i naši proizvodi. Vengo objedinjuje sve ključne informacije o dobavljaču, od usluga, ugovora, dokumentacije i komunikacije do upitnika te praćenja SLA i KPI pokazatelja. Arrango pokriva upravljanje vanjskim uslugama u financijskom sektoru, neovisno o tome klasificiraju li se one na kraju kao eksternalizacija ili ne. Rizago omogućuje upravljanje rizicima od identifikacije, preko vlasnika rizika, kontrola i mjera, do izvješćivanja, a primjenjiv je i izvan bankarskog sektora.

Naš cilj nije samo razviti aplikaciju koja tehnički radi. Cilj je razviti rješenje koje se

uklapa u stvarni poslovni proces, podržava regulatorne zahtjeve i olakšava svakodnevni posao ljudima koji ga koriste.

Na vašim se kanalima ističe da razvijate rješenja nastala iz stvarnih bankarskih izazova, osobito u područjima compliancea, vendor managementa i operativne učinkovitosti. Koje od tih područja danas najbrže raste i zašto?

Najbrže raste područje koje povezuje upravljanje dobavljačima, eksternalizacije, operativne rizike i compliance. Nekada se vendor management uglavnom svodio na evidenciju dobavljača. Danas je to strateška tema.

Razlog je jednostavan. Banke sve više ovise o vanjskim dobavljačima, IT servisima, cloud rješenjima i tehnološkim

platformama. Time se mijenja i profil rizika. Rizik više nije samo unutar organizacije, nego se širi kroz cijeli lanac dobavljača i vanjskih usluga

DORA je dodatno naglasila važnost kontrole trećih strana, digitalne operativne otpornosti, kontinuiteta poslovanja, upravljanja incidentima i kritičnim ICT uslugama. Zakon o kibernetičkoj sigurnosti i sve veće usmjerenje na operativne rizike vode u istom smjeru, prema sustavima koji omogućuju bolji nadzor, evidenciju, procjenu i izvještavanje.

Vengo je naš odgovor na taj izazov. Objedinjuje ključne informacije o dobavljaču, uključujući usluge, ugovore, dokumentaciju, komunikaciju, sigurnosne upitnike te praćenje SLA i KPI pokazatelja. Cilj nije samo evidencija, nego

dokazivost. U svakom trenutku važno je znati tko što isporučuje, koliko dobro i pod kojim uvjetima.

Životni ciklus vanjske usluge pokriva Arrango, od inicijacije, evaluacije, procjene rizika i dokumentacije do registra, praćenja statusa i revizijskog traga. Važno je da proces ne počinje tek kad se neka usluga klasificira kao eksternalizacija. Sustav prati i usluge koje se nakon procjene ne kvalificiraju kao eksternalizacije, jer i za njih mora postojati jasan trag odluke.

Vendor management danas znači procjenu rizika, praćenje ugovornih obveza, razine usluge, regulatornih zahtjeva, sigurnosnih upitnika i revizijskih tragova. Sama evidencija dobavljača postala je tek osnovni sloj tog procesa.

Upravljanje rizicima pritom nije izazov samo za banke. Svaka regulirana industrija i svaki veći poslovni sustav moraju imati strukturiran način identifikacije, procjene, praćenja i izvještavanja o rizicima. Zato Rizago razvijamo šire od bankarstva.

Koliko su se potrebe banaka promijenile posljednjih godina? Jesu li danas pod većim pritiskom regulative, troškova, kibernetičke sigurnosti, korisničkih očekivanja ili zastarjele infrastrukture?

Pogrešno je promatrati te pritiske odvojeno. Regulativa, troškovi, kibernetička sigurnost, korisnička očekivanja i legacy infrastruktura danas su povezani izazovi. To je zapravo jedan problem s više dimenzija.

Banka danas mora istodobno biti brža prema korisnicima, učinkovitija unutra, sigurnija prema regulatoru i otpornija na tržišne i tehnološke promjene. To je posebno zahtjevno jer se velik dio bankarskog IT okruženja razvijao kroz duga razdoblja, uz kompleksne legacy sustave i višegodišnje integracije koje se ne mogu promijeniti preko noći.

S jedne strane, korisnici očekuju digitalno iskustvo koje je brzo, jednostavno i dostupno. S druge strane, regulator očekuje dokazivost, kontrolu, sigurnost i upravljanje rizicima. Banka zato mora istodobno ubrzavati poslovanje i povećavati razinu kontrole.

To je najveća promjena posljednjih godina. Tehnologija više nije podrška poslovanju. Ona je alat kojim se upravlja rizicima, troškovima, usklađenošću i operativnom otpornošću.

Što je za vas veća prilika: razvoj vlastitih gotovih proizvoda koje banke mogu brzo implementirati, ili razvoj prilagođenih rješenja za pojedine klijente?

Ne biramo. Prilika je u vezi između to dvoje.

Prilagođeni razvoj daje nam izravan uvid u stvarne probleme klijenata. Kroz projekte vidimo kako procesi doista funkcioniraju, gdje nastaju uska grla, što korisnicima oduzima najviše vremena i koji regulatorni zahtjevi stvaraju najveći operativni pritisak. To su uvidi koji se ne mogu dobiti samo iz analize tržišta.

Vlastiti proizvodi omogućuju da to znanje pretvorimo u skalabilna rješenja. Kad isti problem prepoznamo kod više organizacija, tada ga više ne promatramo kao pojedinačni projekt, nego kao stvarnu potrebu tržišta.

Jedna od ključnih odluka koju smo donijeli bila je upravo ta da iskustvo iz projekata sustavno pretvaramo u proizvode. Tako su nastali Vengo, Arrango i Rizago.

Budućnost Amplibita vidimo u modelu u kojem proizvodi nose sve veći dio rasta, ali u kojem i dalje zadržavamo blizinu klijentima. Bez tog kontakta s praksom proizvod vrlo brzo može prestati rješavati pravi problem.

Financijski sektor je izrazito reguliran i često sporiji u prihvaćanju novih tehnologija. Je li to za softversku tvrtku poput Amplibita prepreka ili prednost, jer stvara potražnju za specijaliziranim rješenjima?

Reguliranost je prepreka samo ako u sektor ulazite s generičkim pristupom. Ako razumijete pravila, procese, sigurnosne zahtjeve i način odlučivanja u bankama, ona postaje važna prednost i prirodna zaštita od površne konkurencije.

Banke uvode nove tehnologije opreznije i promišljenije. No kad prepoznaju kvalitetno rješenje i pouzdanog partnera, takvi odnosi mogu trajati dugo. Povjerenje se u financijskom sektoru gradi postupno, ali upravo zato ima veliku vrijednost.

Za nas regulativa nije teret, nego jedan od glavnih pokretača razvoja. DORA, Zakon o kibernetičkoj sigurnosti, upravljanje operativnim rizicima, zahtjevi informacijske sigurnosti i sve veći pritisak na kontrolu vanjskih dobavljača stvaraju potrebu za rješenjima koja se ne mogu

kvalitetno složiti generičkim alatom bez razumijevanja konteksta.

Financijski sektor je naše ishodište, ali dio naših proizvoda prirodno izlazi izvan njega. Rizici, sigurnost, usklađenost i upravljanje dobavljačima nisu teme koje se odnose samo na banke.

Banke ne traže inovaciju zbog inovacije. Traže konkretna, sigurna i dokaziva rješenja. Upravo tu vidimo prostor za Amplibit.

Kako umjetna inteligencija i automatizacija mijenjaju bankarski IT? Vidite li AI kao pomagalo za povećanje produktivnosti, ili kao promjenu koja će dugoročno preoblikovati compliance, procese i upravljanje rizicima?

Danas AI najčešće mjerimo kroz produktivnost, ali dugoročno će njegov utjecaj biti puno širi. U bankarskom IT-u već pomaže u razvoju softvera, obradi dokumentacije, pripremi izvještaja, analizi ugovora, prepoznavanju rizika i automatizaciji internih zahtjeva.

Za nas AI nije samo chatbot i nije prolazni trend. Njegova prava vrijednost je u tome što stručnim timovima omogućuje donošenje kvalitetnijih odluka u kraćem vremenu. U reguliranom sektoru brzina sama po sebi nije dovoljna. Svaka odluka mora biti objašnjiva, provjerljiva i usklađena s pravilima.

Compliance, upravljanje rizicima i operativni procesi posebno su pogodno područje za primjenu AI-ja, jer uključuju mnogo dokumentacije, pravila, procedura i ponavljajućih aktivnosti. No AI se u takva okruženja mora uvoditi kontrolirano, uz jasna pravila sigurnosti, privatnosti, odgovornosti i nadzora. Sve drugo vrlo brzo može postati novi rizik.

AI neće zamijeniti stručnost. Dat će stručnjacima bolje alate i povećati kapacitet postojećih timova. Banke koje to budu znale iskoristiti bit će brže, učinkovitije i otpornije.

Koliko je moguće iz Hrvatske graditi softversku tvrtku koja radi za financijski sektor i konkurira međunarodno? Što su prednosti, a što ograničenja takvog razvoja?

Moguće je, ali samo uz jasno usmjerenje. Iz Hrvatske se teško natjecati veličinom, brojem zaposlenih ili kapitalom. No znanjem, kvalitetom izvedbe, razu-



mijevanjem procesa i brzinom itekako je moguće konkurirati.

Prednost su nam dobri inženjeri, snažna tehnička kultura i iskustvo rada na kompleksnim poslovnim sustavima. Kad se tome doda specijalizacija za određenu industriju, nastaju rješenja koja mogu biti bitna daleko izvan lokalnog tržišta.

Ograničenje je jasno: domaće tržište je malo. Rast bez regionalne i međunarodne perspektive dugoročno nema smisla. No u B2B softveru za regulirane industrije to ne ide preko noći. Potrebne su reference, povjerenje, poznavanje regulatornog okvira i sposobnost da klijenta kvalitetno podržavate godinama.

Financijski sektor naše je ishodište, ali dio proizvoda ima znatno širu primjenu. Upravljanje rizicima nije isključivo bankarski izazov, nego izazov svake regulirane industrije i svakog većeg poslovnog sustava koji mora dokazivo identificirati, procijeniti, pratiti i izvješćivati o rizicima.

Naša ambicija nije biti najveća softverska kompanija. Ambicija nam je biti jedna od relevantnijih specijaliziranih kompanija u regiji za rješenja u područjima upravljanja dobavljačima, rizicima, complianceom, sigurnošću i operativnom učinkovitošću.

Kad gledate sljedećih nekoliko godina, gdje vidite najveći prostor za rast Amplibita: u financijskom sektoru, novim proizvodima, međunarodnom

širenju, AI rješenjima ili nekom drugom segmentu?

U spoju ovog trojg: financijskog sektora, vlastitih proizvoda i AI rješenja s jasnom poslovnom primjenom.

Financijski sektor ostaje naše glavno usmjerenje, jer tu imamo najviše znanja, iskustva i referenci. Posebno velik prostor vidimo u vendor managementu, upravljanju eksternalizacijama, operativnim rizicima, regulatornim zahtjevima, sigurnosnim procesima i izvješćivanju.

Vengo i Arrango ostaju okosnica tog smjera. Vengo objedinjuje ključne informacije i procese vezane uz dobavljače, od ugovora i dokumentacije do praćenja SLA i KPI pokazatelja. Arrango pokriva upravljanje vanjskim uslugama u financijskom sektoru, od inicijacije i procjene do registra i praćenja, pri čemu je klasifikacija eksternalizacije dio procesa, a ne preduvjet za ulazak usluge u sustav.

Rizago gradimo šire. Njegova je svrha održavati registar rizika živim i operativno korisnim. U mnogim organizacijama registri rizika popune se jednom godišnje, najčešće zbog revizije, i nakon toga ostanu statični dokument. Rizago rizik vodi kroz cijeli životni ciklus, od identifikacije i vlasnika rizika, preko kontrola, mjera ublažavanja i rokova, do izvješćivanja prema upravi ili regulatoru. Nije vezan uz bankarstvo, nego je primjenjiv u svakoj reguliranoj industriji i svakom većem poslovnom sustavu koji mora dokazivo upravljati rizicima.

Drugi smjer su proizvodi kao motor rasta. Želimo da sve veći dio prihoda dolazi iz rješenja koja su nastala iz stvarnih problema klijenata, a zatim se mogu implementirati kod više organizacija. To je model koji omogućuje skalabilan i održiv rast.

Treći smjer je AI, ali praktičan, a ne deklarativan. Vidimo ga kroz automatizaciju internih procesa, analizu dokumentacije, podršku compliance timovima, pripremu izvještaja, procjenu rizika i ubrzanje razvoja softvera.

Uz to, nastavljamo ulagati u sigurnost. Certificirali smo sustav upravljanja informacijskom sigurnošću prema normi ISO 27001, a ove smo godine potpisali i ugovor o sufinanciranju projekta implementacije suvremenih sigurnosnih politika i alata za podizanje razine kibernetičke sigurnosti. Iza tog službenog naziva stoji vrlo konkretan cilj: urediti sigurnosne procese, unaprijediti alate i ojačati način na koji sigurnosti pristupamo svaki dan.

Za nas to nije marketing. Razvijamo rješenja za banke i regulirana okruženja u kojima su pouzdanost, usklađenost i zaštita podataka preduvjet, a ne dodatak.

Smjer je jasan: graditi Amplibit kao specijaliziranu softversku kompaniju za banke i regulirane industrije, na sjecištu tehnologije, sigurnosti, compliancea, rizika i operativne učinkovitosti.

TEUTA FRANJKOVIĆ



DIGITALNI NOMADI

SPAS ZA LOKALNA GOSPODARSTVA, ILI NOVI GENTRIFIKATORI?

UDRUGA DIGITALNIH NOMADA HRVATSKA (DNA) JE NEPROFITNA ORGANIZACIJA S JEDNIM CILJEM: RAZVIJATI I PROMICATI HRVATSKU KAO ODREDIŠTE ZA DIGITALNE NOMADE. U TU SVRHU PODRŽAVAJU SVE DIGITALNE NOMADE KOJI SU VEĆ U HRVATSKOJ ILI NAMJERAVAJU DOĆI U NJU, POSEBICE ONE KOJI ŽELE PODNIJETI ZAHTEJV ZA VIZU ZA DIGITALNE NOMADE.



Ured Digitalnih nomada

Nakon odobrenja digitalne nomadske vize, Udruga digitalnih nomada Hrvatska pruža podršku digitalnim nomadima kroz umrežavanje s lokalnim dionicima, uključujući coworking prostore, pružatelje smještaja i lokalnu zajednicu.

Udruga digitalnih nomada Hrvatska povezuje građane, javni i privatni sektor, kako bi najbolje služili dobru zajednicu i digitalnih nomada u Hrvatskoj. Trude se pomagati kreatorima politika, ustanovama, područjima, privatnom sektoru i običnim građanima da se prilagode digitalnim nomadima. U svojem poslu zauzimaju održiv pristup, osiguravajući da se zadovolje potrebe od nacionalnog

interesa, dok istodobno žele da digitalni nomadi u Hrvatskoj uživaju.

Kako bi to postigli, djeluju u pet područja, uključujući izgradnju zajednice aktivnim djelovanjem i podrškom digitalnim nomadima u Hrvatskoj, i organizacijama ili pojedincima koji ih podržavaju. Cilj im je pružiti i dijeliti bitne i najnovije informacije o pitanjima vezanim uz digitalne nomade i članove zajednice putem računa na društvenim mrežama, biltena, događaja i grupe članova.

Jedno od važnih područja djelovanja je zastupanje interesa digitalnih nomada kroz suradnju s ustanovama i dionicima, s ciljem daljnjeg poboljšanja i razvoja njihove adaptacije. Udruga pritom

djeluje kao poveznica između digitalnih nomada, poslovnog sektora i javne uprave, uključujući i podršku u pravnim pitanjima kad je to potrebno.

Osim zagovaranja interesa digitalnih nomada, DNA Hrvatska radi na osiguravanju kvalitete usluga kroz sustav certificiranja kojim se potiče da organizacije koje surađuju s digitalnim nomadima ispunjavaju određene standarde prilagođene njihovim potrebama, poput odgovarajućih uvjeta smještaja ili dostupnosti coworking prostora. Važan dio djelovanja odnosi se i na edukaciju i informiranje različitih skupina dionika, uključujući obrazovanje javnosti o digitalnim nomadima, kao i informiranje



Tanja Polegubić

mladih o mogućnostima karijere putem korporativnog i društvenog programa Rent a Nomad.

O digitalnim nomadima, njihovoj ulozi u razvoju hrvatskog gospodarstva, potencijalu Hrvatske kao odredišta za život i rad na daljinu, kao i izazovima s kojima se ta zajednica susreće, za Financije.hr razgovarali smo s Tanjom Polegubić, suosnivačicom Udruge digitalnih nomada Hrvatska (DNA). Tanja je nagrađivana organizatorica događanja i pionirka hrvatskog coworking sektora, koja već godinama aktivno gradi zajednicu povezivanjem ljudi, organizacijom nadahnjujućih događanja, druženja i prilika za umrežavanje. Kroz svoj rad neprestano doprinosi stvaranju boljeg okruženja za digitalne nomade u Hrvatskoj te povezuje lokalnu zajednicu, poslovni sektor i međunarodne profesionalce koji Hrvatsku biraju kao mjesto za rad i život.

Kolika je prosječna mjesečna potrošnja digitalnog nomada u Hrvatskoj (smještaj, hrana, coworking, usluge)?

Na temelju naših internih podataka, prosječni mjesečni proračun za digitalnog nomada koji živi u Hrvatskoj obično se kreće između 1.500 i 2.000 eura. To pokriva smještaj srednje klase, lokalnu prehranu, režije i radni stol u coworking prostoru. Naravno, potrošnja malo varira ovisno o dijelu Hrvatske — Zagreb i Split čvrsto se nalaze u ovom prosjeku, dok se premium centri poput Dubrovnika kreću prema višem kraju spektra.

Imate li procjene ukupnog godišnjeg gospodarskog doprinosa digitalnih nomada hrvatskom BDP-u?

Da. Procjenjujemo da u Hrvatskoj tijekom cijele godine živi otprilike pet tisuća digitalnih nomada. S obzirom na njihovu prosječnu mjesečnu potrošnju, ta vrlo aktivna demografska skupina može u hrvatsko gospodarstvo godišnje izravno uložiti golemih 90 do 120 milijuna eura. Budući da se taj prihod slijeva u lokalna poduzeća, a ne u velike međunarodne hotelske lance, njegov izravni gospodarski multiplikacijski učinak duboko se osjeća na domaćem tržištu.

Po čemu se potrošnja digitalnih nomada razlikuje od potrošnje tradicionalnih turista (duljina boravka, struktura troškova)?

Tradicionalni turizam u Hrvatskoj izrazito je sezonski i uvelike usmjeren na kratku, visokointenzivnu potrošnju na odmorima. Digitalni nomadi obrću tu dinamiku. Žive kao lokalno stanovništvo: ostaju mjesecima, kupuju namirnice na lokalnim tržnicama, posjećuju lokalne kafiće, koriste teretane i koriste lokalne usluge poput stomatologa, računovođa i najma automobila. Njihova potrošnja ravnomjerno je raspoređena tijekom cijele godine, stabilizirajući lokalna gospodarstva. To je posebno slučaj tijekom mirne zime i predsezone.

Postoje li podaci da digitalni nomadi utječu na rast cijena najma u gradovima poput Zagreba ili Splita?

Ideja da nekoliko tisuća digitalnih nomada povećava cijene dugoročnog najma česta je zabluda — ne samo u Hrvatskoj, već i u drugim središtima digitalnih nomada. Kad pogledate makro sliku, Hrvatska godišnje dočekuje oko dvadeset i dva milijuna tradicionalnih turista u zemlji sa stanovništvom od samo 3,8 milijuna. Pritisak na cijene nekretnina i najma u velikoj je mjeri uzrokovan općom inflacijom i golemim utjecajem tradicionalnog turizma. Prisutnost otprilike 5.000 nomada ima zanemariv utjecaj na inflaciju najma, u usporedbi s tim širim tržišnim silama.

Koliki udio nomada koristi kratkoročni najam (npr. Airbnb) u odnosu na dugoročne ugovore?

To uvelike ovisi o duljini njihovog boravka. Nomadi koji ostaju kraće od tri mjeseca obično se oslanjaju na platforme poput Airbnb-a ili Booking.com-a zbog fleksibilnosti koju nude. Međutim, oni koji koriste službenu dozvolu boravka od 12 do 18 mjeseci, u velikoj mjeri se okreću tradicionalnim, dugoročnim ugovorima o najmu. Radije osiguravaju stabilne mjesečne stope kako bi izbjegli velika povećanja cijena koja se događaju tijekom vrhunca ljetnih sezona na obali.

Smatrate li da njihova prisutnost pogoršava dostupnost stanovanja za lokalno stanovništvo?

Ne, zapravo čini suprotno. Kao što je spomenuto, kriza stanovanja strukturni

je problem vezan uz turizam i urbanizaciju, a pokreću ga milijuni sezonskih turista. Digitalni nomadi, nasuprot tome, intenzivno koriste stambeni fond tijekom izvansezonskih mjeseci (od listopada do travnja), kad bi obalni apartmani inače bili potpuno prazni. Oni optimiziraju postojeće nekretnine, umjesto da iscrpljuju lokalnu dostupnost stanovanja.

Koliki je stvarni porezni doprinos digitalnih nomada s obzirom na specifičnosti njihovog statusa u Hrvatskoj?

Iako su digitalni nomadi zakonski oslobođeni plaćanja lokalnog poreza na dohodak od prihoda iz inozemstva, nazivati ih "oslobođenima poreza" potpuno je netočno.

S populacijom od 5.000 nomada koji tijekom cijele godine ulažu 90 do 120 milijuna eura u gospodarstvo, hrvatska porezna uprava neizravno prikuplja golemu količinu prihoda. To prije svega dolazi kroz hrvatski porez na dodanu vrijednost (PDV) od 25 posto na gotovo sve što svakodnevno konzumiraju, uz poreze na dobit, potrošnju i dividende koje plaćaju lokalne tvrtke koje profitiraju od nomadske potrošnje.

Troše li više nego što "donose" kroz porezni sustav ili obrnuto?

Donose puno više nego što uzimaju. Budući da su zaposleni u stranim tvrtkama, ne iscrpljuju lokalnu korporativnu infrastrukturu, niti se oslanjaju na lokalne socijalne naknade ili sustave nezaposlenosti. Oni su čisti potrošači koji unose milijune vanjskog kapitala. Neizravni porezni prihodi ostvareni putem PDV-a na njihovu godišnju potrošnju od 90 do 120 milijuna eura znače da su vrlo unosni u doprinosu državnom proračunu.

Koje zemlje smatrate glavnim konkurentima Hrvatske u privlačenju nomada?

Hrvatska više nije ultrapistupačan skriveni dragulj kakav je nekada bio; sazrela je u premium destinaciju. Posljedično, pristupačnije europske nacije, kao i etablirana središta u jugoistočnoj Aziji, žestoko se natječu za raspoloživi dohodak stručnjaka za rad na daljinu. Međutim, Hrvatska se drži nudeći službeni okvir, neusporedivu sigurnost, nevjerojatan način života i čvrst ekosustav zajednice. Također, ne smatramo svoje susjede konkurentima; "digitalni nomadi" istražuju po prirodi, pa vjerujemo da ojačana zajednička ponuda cijeloga Balkana koristi svima nama. Uzbudljivo je vidjeti nove događaje u našem dijelu svijeta, i aktivno doprinosimo nizu prekograničnih inicijativa.

Postoje li dokazi da digitalni nomadi potiču lokalno poduzetništvo ili zapošljavanje? Postoji li prijenos znanja ili je njihov utjecaj ograničen na potrošnju? Postoje li primjeri nomada koji pokreću tvrtke?

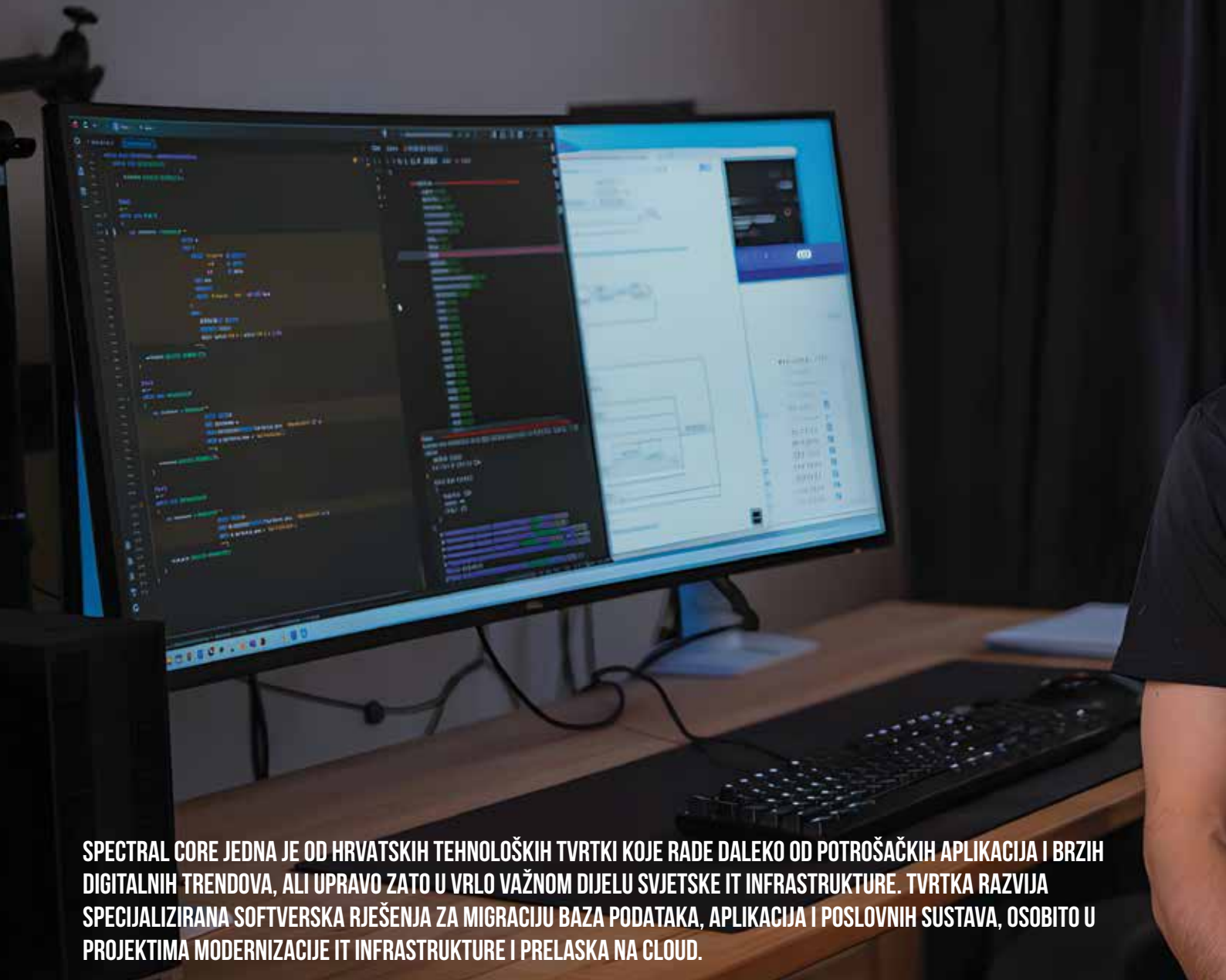
Apsolutno. Utjecaj daleko nadilazi samu potrošnju. Vidimo značajan prijenos znanja putem redovitih tehnoloških susreta, događaja umrežavanja i lokalnih volonterskih inicijativa. Iako nomadi ne mogu legalno otvoriti lokalni posao pod specifičnim statusom nomadske dozvole, njihovo vrijeme ovdje često djeluje kao "proba". Mnogi se zaljube u zemlju i na kraju se vrate kao stalni stanovnici kako bi ulagali ili gradili tvrtke. Također, pozivaju prijatelje i obitelj u posjet tijekom svojih dugoročnih boravaka. Primjerice, u mjestima poput Makarske, koja provode niz lokalnih inicijativa za podršku djelatnicima na daljinu, vidimo da građani Europske unije koji rade na daljinu na kraju kupuju nekretnine i naseljavaju se. Također pratimo razvoj velikih nadolazećih projekata (poput inicijative u tijeku u središnjoj Istri) koji ističu kako se trendovi rada na daljinu razvijaju u dugoročna ulaganja u nekretnine i poduzetništvo.

 KRISTINA ŠERIĆ SMOLČEC



DAMIR BULIĆ, SPECTRAL CORE

AI JE GOLEM ISKORAK, ALI PROBLEM JE ŠTO SE VIŠE NE CIJENI KVALITETAN INŽENJERING



SPECTRAL CORE JEDNA JE OD HRVATSKIH TEHNOLOŠKIH TVRTKI KOJE RADE DALEKO OD POTROŠAČKIH APLIKACIJA I BRZIH DIGITALNIH TRENDOVA, ALI UPRAVO ZATO U VRLO VAŽNOM DIJELU SVJETSKJE IT INFRASTRUKTURE. TVRTKA RAZVIJA SPECIJALIZIRANA SOFTVERSKA RJEŠENJA ZA MIGRACIJU BAZA PODATAKA, APLIKACIJA I POSLOVNIH SUSTAVA, OSOBITO U PROJEKTIMA MODERNIZACIJE IT INFRASTRUKTURE I PRELASKA NA CLOUD.

Njezini alati pomažu tvrtkama da se maknu sa zastarjelih ili skupih zatvorenih platformi i prijeđu na suvremenija, fleksibilnija i često otvorena rješenja. To je niša koja možda ne zvuči atraktivno kao umjetna inteligencija ili potrošački startupi, ali je ključna za banke, velike tvrtke, cloud pružatelje i enterprise korisnike koji ovise o sigurnom prijenosu velikih količina podataka i poslovne logike.

Spectral Core se ove godine plasirao na 157. mjesto Deloitte EMEA Technology Fast 500 liste za 2025. godinu. S Damirom Bulićem, CEO-om i vlasnikom Spectral Corea, razgovarali smo o rastu tvrtke, globalnom tržištu, migracijama u cloud, prednostima i slabostima poslovanja iz Hrvatske, te o tome zašto AI u softverskom inženjeringu istodobno otvara velike mogućnosti i ozbiljne rizike.

Spectral Core se plasirao na visoko 157. mjesto Deloitte EMEA Technology Fast 500 liste za 2025. godinu. Što za vas znači taj plasman?

Naravno, iznimno nam je drago zbog plasmana na Deloitte listi, jer ga doživljavamo kao validaciju naše kvalitete. Također, to je lijepa prilika za marketing.

Za gotovo sve naše proizvode klijenti kupuju licence od nas za vlastite klijen-



Damir Bulić, CEO Spectral Core

Koliko je danas velika potražnja za takvim specijaliziranim tehnologijama?

Baze podataka su sveprisutne i potražnja je velika. Ono što radi protiv nas je to što smo proizvođači softvera, a ne agencija koja prodaje sate rada.

Velike migracije u pravilu odrađuju velike agencije, i njima nije u interesu brzo odraditi projekt, nego žele prodavati što više sati rada.

Najviše uspjeha imali smo s hyperscalerima, poput Microsofta, Googlea i Amazona, kojima je u interesu da što više klijenata brzo dovedu na svoj cloud.

Shvatili smo da softver ne možemo prodavati sami, pa sada idemo s partnerima koji već imaju kontakte s krajnjim kupcima.

Što najčešće pokreće klijente na modernizaciju i migraciju sustava: troškovi, cloud, sigurnost, nedostatak stručnjaka, zastarjela infrastruktura ili nešto drugo?

Sve navedeno, ali najviše vidimo modernizaciju i prebacivanje na cloud.

Imamo i napuštanje golemih starih sustava koji sami po sebi nisu loši, ali nemaju dobru integraciju s tehnologijama koje su danas popularne.

Kad kombinirate stručnjake koji odlaze u mirovinu, skupe licence, nepoznavanje i nedostatak zanimanja mladih ljudi za te stare tehnologije, ne čudi da se prelazi na platforme koje su popularne.

Koliko je vaše poslovanje danas međunarodno i koja su vam najvažnija tržišta?

Oduvijek je naše poslovanje bilo sto posto međunarodno. Hrvatska je za tu specifičnu nišu premalo tržište.

Većinom su nam kupci iz SAD-a, ali očekujem i veliki rast unutar EU, jer EU želi maknuti ovisnost o američkoj tehnologiji.

Prelazi se na otvorena rješenja, a tu smo se i mi lijepo pozicionirali proizvodima za bezbolne migracije sa zatvorenih platformi, primjerice Oraclea i SQL Servera, na otvorene platforme, prije svega PostgreSQL.

Što je najveća prednost hrvatske tehnološke tvrtke koja razvija vrlo specijaliziran B2B proizvod za globalno tržište?

Ne treba podcijeniti odličnu tehničku edukaciju i generalnu sposobnost ljudi iz naše regije, ne samo Hrvatske.

te. Kako velika većina krajnjih korisnika nisu naši izravni kupci, nažalost, ne možemo javno spominjati njihove projekte.

Koji su bili ključni razlozi snažnog rasta Spectral Corea u razdoblju koje je Deloitte promatrao?

Dugo smo radili sa SMB tržištem, odnosno s manjim tvrtkama, ali prije pet do šest godina odlučili smo se

preorijentirati na zahtjevno enterprise tržište.

To je, naravno, zahtijevalo golemo ulaganje u razvoj tijekom više godina. Trebalo je dosta vremena dok nismo prepoznati kao vrhunski vendor, a onda smo počeli dobivati velike ugovore.

Spectral Core je poznat po rješenjima za migraciju baza podataka i aplikacija.

FOTO: SPECTRAL CORE

**A što je najveći izazov kad iz Hrvatske prodajete kompleksna tehnološka rješenja međunarodnim klijentima?**

Ovisi o tržištu. Ako radite s malim klijentima, odnosno SMB tržištem do nekoliko stotina zaposlenih, njima ništa ne znači gdje ste. Softver je jeftin i low-touch, web stranica prodaje sama, podršku pružate mailom, i na webu ne treba ni pisati gdje ste.

Skup softver se ne prodaje tako što netko usput naleti na stranicu, izvadi karticu i kupi. Treba biti tamo gdje su klijenti, a naši klijenti nisu u Hrvatskoj.

Može se i treba razgovarati s ljudima na konferencijama, sponzorirati konferencije i biti prisutan. Ipak, naći klijente u New Yorku, San Franciscu ili Londonu neusporedivo je lakše, i oni ipak više vjeruju tvrtkama iz SAD-a.

Tome se može doskočiti tako da se u inozemstvu otvori mali ured koji služi prodaji i kao prozor prema korisnicima, a istraživanje i razvoj ostaju u Hrvatskoj.

Kako umjetna inteligencija i automatizacija mijenjaju područje migracije podataka, razvoja softvera i modernizacije IT sustava?

Utjecaj AI-ja je golem, i u pozitivnom i u negativnom smislu.

S jedne strane, sve je lakše. Podržavati puno baza i njihove SQL dijalekte ogroman je posao, i sada možemo odrađivati rutinske stvari uz vrlo malo truda.

Proizvodi koji su nam bili u planu za nekoliko godina, već su u internom testiranju.

S druge strane, nevjerojatno mi je u kojoj se mjeri ljudi oslanjaju na LLM tehnologiju kao odgovor na sve. Ona je u svojim temeljima nepouzdana, jer se temelji na statistici, a ne na determinizmu.

Lako je napraviti nešto što radi prilično dobro. Teško je napraviti nešto što radi uvijek ispravno.

Problem koji sada imamo, i ne samo mi, jest da se više ne cijeni kvalitetan inženjering. AI je posvuda, njime se koriste i početnici koji ne znaju prepoznati pogrešan pristup, pa nepouzdana i nesigurna rješenja postaju uobičajena.

Vidite li u sljedećim godinama veći rast potražnje za migracijama zbog clouda, AI-ja, regulative ili pritiska na učinkovitost poslovanja?

Generalno vjerujem da ćemo imati veći rast potražnje za kvalitetnim rješe-

njima i da će se jasno odjeljivati AI i ne-AI rješenja.

U kojem će stanju industrija biti uz stotine tisuća ljudi koji su već dobili otkaz u zadnjih godinu-dvije, vidjet ćemo. Ovo su tektonske promjene u iznimno kratkom vremenu.

Očekujem rast potražnje za migracijama sa skupih na jeftine platforme, jer je kriza svuda.

Također, regulativa reagira na curenje podataka, a mislim da će to biti još osjetljivije u budućnosti.

Koji su najvažniji planovi Spectral Corea za sljedeće razdoblje, i gdje vidite najveći prostor za daljnji rast?

Namjeravamo dalje proširivati mrežu partnera, kao i povećavati posao s postojećim velikim partnerima.

Mislim da će se već prisutan prelazak sa skupih zatvorenih platformi na otvorene još ubrzati.

To omogućava ne samo smanjivanje troškova, nego i slobodu da svoje podatke koristite gdje i kako želite.

Mi to, naravno, podržavamo i trudimo se eliminirati vendor lock-in.

TEUTA FRANJKOVIĆ

CompanyWall business

SVI POSLOVNI KONTAKTI NA JEDNOM MJESTU

630.000+ TVRTKI	PERIODI	BROJ ZAPOSLENIH
420.000+ TELEFONA	VRSTE POSLOVANJA	GRAD
190.000+ E-MAILOVA	DJELATNOST	UKUPNA AKTIVA
	DOBIT PRIJE OPOREZIVANJA	DOBIT NAKON OPOREZIVANJA
	BLOKADA	DATUM OSNIVANJA

PRIMJENI FILTERE I PRONADI KLIJENTE PO SVOJOJ MJERI, ODMAH!

COMPANYWALL BUSINESS JEDINSTVENA MARKETING BAZA PODATAKA



Manjadvorci 5
52207 Baraban
Istarska županija

097 639 0310
agr_install@icloud.com

**VODOINSTALACIJE
GRIJANJE I HLADENJE
ELEKTRO INSTALACIJE**



- Podvodni iskopi • Izrada priobalnih zaštita
- Polaganje el. kablova, vodovodnih i kanalizacijskih sustava
- Pregledi, izgradnja i sanacija riva i mulova
- Mamutiranje • Podvodno snimanje
- Izrada foto dokumentacije
- Pregledi i snimanje podmorja
- Sanacija vodovodnih sustava
- Konstrukcija, popravci i održavanje podvodnih struktura i instalacija
- Podvodni pregledi i inspekcije
- Podvodno održavanje brodova
- Pretraga terena
- Podizanje potonule opreme i objekata
- Sanacija priobalnih zaštita i kanalizacijskih sustava

Sveti Martin 63, 21311 Podstrana, +385 95 557 20 78, bagatinjdoo@gmail.com, www.podvodni-radovi-bagatin.com



**HOTEL
MONIKA**

Budislavićeva 12 - 21, Trogir
+385 91 200 9289
+385 21 882 501
info@hotel-monika.com.hr
www.hotel-monika.com.hr
Hotel & Restoran Monika****



BARREK S DELOITTEOVE LISTE ŽELI NA GLOBALNO TRŽIŠTE

“DOMAĆE TRŽIŠTE JE PREMALO ZA AMBICIJU KAKVU IMAMO”

KAD SE HRVATSKA TEHNOLOŠKA KOMPANIJA NAĐE NA POPISU DELOITTE EMEA TECHNOLOGY FAST 500, TO NIJE SAMO LIJEPA REČENICA ZA OBJAVU NA LINKEDINU, UZ OBAVEZNI “PROUD TO ANNOUNCE” I FOTOGRAFIJU TIMA KOJI IZGLEDA KAO DA JE UPRAVO PREŽIVIO TRI SPRINTA, DVA NATJEČAJA I JEDAN DEPLOYMENT U PETAK POPODNE.

To je znak da je netko izvana, hladno i metodološki, pogledao brojke i zaključio da rast postoji.

Za BARREK, hrvatsku IT i digitalnu kompaniju, ulazak na Deloitteovu listu 500 najbrže rastućih tehnoloških tvrtki u EMEA regiji važan je upravo zato što dolazi nakon ranijeg regionalnog priznanja.

“Za nas je to prije svega neovisna potvrda da ono što gradimo ima vrijednost i izvan naših očekivanja. Prošle godine Deloitte nas je uvrstio na Technology Fast 50 listi za regiju srednje i istočne Europe, u kategoriji ‘Companies to Watch’, a sada nas uvrštava među 500 najbrže rastućih tehnoloških tvrtki u cijeloj EMEA regiji — dakle Europi, Bliskom istoku i Africi.” — kaže CEO Barreka, Robert Barišić.

Taj pomak, dodaje, za tvrtku nije samo stvar prestiža.

“Taj pomak s regionalne na EMEA razinu za nas je iznimno bitan, jer nas stavlja na zemljovid tržišta na kojima želimo rasti. Konkretno, otvara nam vrata prema potencijalnim projektima, investitorima i partnerstvima, a upravo je vidljivost na tim tržištima nešto što se teško kupuje i mora se zaslužiti rezultatima.”

U prijevodu: Deloitteova lista nije cilj, nego ulaznica. Ne jamči posao, ne donosi automatski investitore i ne znači da će se klijenti sami ukazati kao pop-up reklama. Ali za malu kompaniju iz Hrvatske koja cilja Sjedinjene Američke Države i Skandinaviju, vidljivost na EMEA razini može biti razlika između: “Tko ste vi?” — i: “Da, čuli smo za vas.”

A u tehnološkom biznisu, pogotovo kad dolazite s malog tržišta, ta razlika često vrijedi više nego što se vidi u tablicama.

Dvije noge: usluge i vlastiti proizvodi

BARREK se najjednostavnije može opisati kao tvrtka koja pokušava hodati

na dvije noge. Jedna je uslužna, a druga proizvodna.

“Najjednostavnije rečeno, BARREK je IT & Digital company s dvije noge. Jedna je uslužna: razvoj aplikativnih rješenja, web i mobilnih aplikacija, te usluge digitalnog marketinga i savjetovanja. Druga su vlastiti proizvodi koje razvijamo kao samostalna rješenja.” — objašnjava Barišić.

Ta kombinacija nije slučajna. Uslužni dio donosi iskustvo, klijente, probleme iz stvarnog poslovanja i prihode. Vlastiti proizvodi donose nešto drugo: mogućnost skaliranja.

Jer projekt za klijenta ima početak, kraj, scope, budžet i naravno onu vječnu rečenicu: “Možemo li samo još ovu malu izmjenju...” Vlastiti proizvod, ako uspije, može rasti izvan granica jednog klijenta i jednog tržišta.

“Te dvije strane se hrane jedna drugom, jer kroz rad s klijentima učimo koje izazove tržište stvarno ima, a to znanje ugrađujemo u vlastite proizvode. Najveću vrijednost stvaramo ondje gdje spajamo duboku digitalnu i IT ekspertizu s konkretnim operativnim problemom klijenta i rješavamo ga razvojem proizvoda koji osnažuje i optimizira određeni proces, kako bi se došlo do ušteda resursa kroz korištenje razvijenog rješenja.”

U središtu te proizvodne ambicije trenutačno su LORO Audit i Telmo One.

LORO Audit cilja tvrtke koje imaju uvedene sustave upravljanja kvalitetom, redovito prolaze kroz audite i trebaju te postupke voditi ozbiljno, sustavno i bez improvizacija u Excelima koji nose ime na poput “final_final_zaista_final.xlsx”.

Telmo One namijenjen je organizatorima konferencija, kongresa, edukacija i korporativnih događanja, od manjih event agencija do korporacija.

“Ovisi o proizvodu. LORO Audit ciljano rješava izazove tvrtki koje imaju uvedene sustave upravljanja kvalitetom, dakle organizacije koje redovito prolaze kroz audite i trebaju to voditi ozbiljno i sustavno. Telmo One je namijenjen svima koji organiziraju konferencije, kongrese, edukacije i korporativne evente — od manjih event agencija do korporacija. Na uslužnoj strani klijenti nam se kreću od malih poduzeća do međunarodnih korporacija.” — kaže Barišić.

Ipak, bez obzira na industriju, jedno se pitanje danas ponavlja sve češće.

“Ono što je danas zajednički nazivnik većine upita jest zanimanje za primijenjenu umjetnu inteligenciju — klijenti sve češće ne traže samo ‘aplikaciju’ nego rješenje koje im AI-jem ubrzava i pojednostavljuje posao.”

To je važna razlika. Prije nekoliko godina mnoge su tvrtke željele “imati aplikaciju”. Danas žele znati što im tehnologija konkretno rješava. Još određenije, žele znati može li im AI skratiti postupak, smanjiti ručni rad, ubrzati odluku ili otvoriti novi dotok prihoda.

Drugim riječima, manje ih zanima tehnologija kao ukras, a više tehnologija kao pomagalo.

Rast nije došao iz jedne odluke

Kad tvrtka brzo raste, najlakše je na knadno složiti urednu priču. Jedna pametna odluka, jedan dobar proizvod, jedan veliki klijent i sve je krenulo. U stvarnosti, rast rijetko izgleda tako čisto. Češće je mješavina upornosti, dobrog tajminga, pogrešaka koje se ne spominju u prezentacijama, i nekoliko odluka koje se pokazuju važnima tek kasnije.

Barišić upravo tako opisuje rast tvrtke.



FOTO: BARREK

Robert Barišić, CEO i osnivač firme

“Smatram da rast nije rezultat jedne odluke, nego nekoliko dosljednih izbora kroz godine. Prvi je bila odluka da uz uslužni dio poslovanja razvijamo i vlastite proizvode — LORO Audit i Telmo One, čime prestajemo ovisiti isključivo o klijentskim projektima i gradimo nešto skalabilno.”

Drugi izbor bio je izlazak prema zahtjevnijim tržištima.

“Drugi je bila jasna orijentacija prema zahtjevnim inozemnim tržištima, prije svega SAD-u i skandinavskim zemljama, gdje su i standardi i budžeti drukčiji, te vas se angažira jer se vaša ekspertiza i mišljenje cijene.”

Treći je bio ulazak u područje umjetne inteligencije prije nego što je AI postao obvezni slajd u svakoj poslovnoj prezentaciji.

“Treći je pravodobno okretanje primijenjenoj umjetnoj inteligenciji i području generativne optimizacije, dok je to još rana faza za većinu.”

Važan dio priče je i kapital. BARREK je za razvoj LORO Audita osigurao investiciju od 205.000 eura.

“Važan zamašnjak bila je i investicija od 205.000 eura, koju smo osigurali za razvoj LORO Audita. Omogućila nam je da ubrzamo razvoj proizvoda i čvršće posložimo temelje za međunarodni nastup.”

Za hrvatske tehnološke tvrtke taj iznos možda nije “Silicijska dolina”, priča s milijunskim rundama i uredima s pogledom na zalazak sunca, ali može biti vrlo konkretna razlika između sporog razvoja iz vlastitog cash flowa i usmjerenijeg izlaska prema tržištu.

U BARREK-u pritom naglašavaju i ono što se često zaboravlja u pričama o rastu: tim.

“I na kraju, naš BARREK tim mladih stručnjaka te dugoročni i otvoren odnos s klijentima.”

Hrvatska kao baza, izvoz kao nužnost

BARREK-ova baza je Hrvatska, ali ambicija nije ostati samo hrvatska tvrtka.

“Domaće tržište je naša baza i mjesto gdje smo se dokazali, ali težište rasta sve je više na izvozu.” — kaže Barišić.

Ciljna tržišta su SAD i skandinavske zemlje. To nije neobičan izbor za tehnološku kompaniju koja želi rasti, ali je ambiciozan. Na tim tržištima konkurencija je veća, standardi su viši, ali su



FOTO: BARREK



i budžeti ozbiljniji. Tamo se ne kupuje zato što ste simpatični i lokalni, nego zato što rješavate problem bolje ili brže od nekoga drugoga.

“Naša ciljna tržišta pretežno su SAD i skandinavske zemlje, i upravo tamo vidimo prostor za brzo skaliranje, zato što su to ujedno i tržišta koja vrlo brzo prihvaćaju i primjenjuju nove tehnologije bez odgode, što nije slučaj na domaćem tržištu.”

To je jedna od onih rečenica koje domaće tržište možda ne voli čuti, ali je mnogi poduzetnici razumiju. Hrvatska ima darovite ljude, ima dobre inženjere, ima tvrtke koje znaju raditi ozbiljne proizvode. Ali tržište je malo, procesi znaju biti spori, a kupci često oprezni prema novim tehnologijama, dok one ne postanu skoro pa stare.

“Za tehnološku tvrtku iz Hrvatske nužno je u nekom trenutku okrenuti se prema izvozu, jer domaće tržište je premalo da bi samo od sebe nosilo ambiciju kakvu imamo, pa je internacionalizacija ugrađena u samu strategiju tvrtke.”

Do kraja 2026. godine BARREK namjerava dodatno ulagati u izlazak van.

“Do kraja 2026. godine namjeravam uložiti još 45.000,00 eura u internacionalizaciju i vidljivost na svjetskim tržištima.”

To je pragmatična rečenica. Internacionalizacija nije samo “idemo van”. To

znači marketing, putovanja, partnerstva, prodaju, prisutnost na važnim događanjima, reference, lokalne specifičnosti i puno strpljenja. Svjetsko tržište ne čeka hrvatske proizvode s crvenim tepihom. Morate mu dati razlog da vas primijeti.

AI kao smjer, a ne ukras

Umjetna inteligencija je danas posvuda. U proizvodima, prezentacijama, objavama za medije, strategijama, pa i tamo gdje je realno nema, osim u jednoj rečenici koja dobro zvuči. Zato je pitanje za svaku tehnološku tvrtku jednostavno: Je li AI stvarno dio proizvoda i procesa, ili samo naljepnica na kutiji?

U BARREK-u tvrde da je riječ o središtu repozicioniranja tvrtke.

“Presudno — to nije trend na koji reagiramo, nego smjer oko kojeg se pozicioniramo. BARREK se repozicionira upravo oko primijenjene umjetne inteligencije i generativne optimizacije, a AI aktivno ugrađujemo i u vlastite proizvode.”

AI za njih nije samo vanjska tržišna prilika, nego i interno pomagalo.

“Istodobno, ti trendovi mijenjaju i potražnju — klijenti sve češće dolaze s pitanjem kako AI konkretno primijeniti u svojem poslovanju, i tu smo im partner. Automatizacija i AI za nas su istodobno in-

terni alat koji implementiramo u vlastite proizvode i postupke, a i tržišna prilika.”

To je vjerojatno najvažniji poslovni dio cijele priče. Jer tržište je prošlo fazu opće fascinacije AI-jem i ušlo u puno težu fazu: primjenu.

Tvrtke više ne pitaju samo što je moguće, nego što im ima smisla. Kako smanjiti trošak? Kako ubrzati audit? Kako poboljšati korisničko iskustvo? Kako automatizirati događanja, procese, izvještaje, pripremu dokumentacije ili komunikaciju?

Tu se otvara prostor za tvrtke koje ne prodaju samo tehnologiju, nego razumiju operativni problem.

A operativni problemi, za razliku od trendova, rijetko izlaze iz mode.

Najveći izazovi brzog rasta: ljudi i fokus

U fazi brzog rasta gotovo sve izgleda kao prilika. Novi klijent, novo tržište, novi proizvod, novi partner, novi natječaj, nova konferencija, novi buzzword. Problem je što se kompanija može vrlo brzo razvući na previše strana.

Barišić kaže da su najveći izazovi upravo ljudi i fokus.

“Za mene su najveći izazov ljudi i fokus. Zapošljavanje pravih ljudi na pravih mjestima — ne samo tehnički sposobnih, nego onih koji dijele način razmišljanja, vrijednosti i mogu pratiti tempo.”

To je možda najpodcjenjeniji dio rasta tehnoloških kompanija. Talent nije samo znanje programiranja, dizajna, prodaje ili marketinga. U malim i rastućim timovima talent znači i sposobnost funkcioniranja u neurednoj stvarnosti, gdje se stvari brzo mijenjaju, procesi tek nastaju, a odgovornost često dođe prije savršene upute.

“Odmah uz to ide fokus, u fazi brzog rasta stalno se otvaraju nove prilike i lako je raspršiti se na previše strana ako nismo usmjereni na ono što je uistinu bitno u danom trenutku donošenja odluke.”

Ovo je jedna od onih rečenica koje vrijede za gotovo svaku rastuću tvrtku. Nije problem nedostatak ideja. Problem je previše ideja.

Ili, malo manje konzultantski rečeno: Ako lovite sve zečeve, vrlo vjerojatno ćete završiti gladni i s lijepom prezentacijom o strategiji.

“Financiranje i prodaja su rješivi izazov ako imate proizvod i tim. Puno je

teže održati disciplinu i dugoročnu motivaciju kako bi se izgradilo nešto stabilno i što će osigurati dodatan prihod u budućem vremenu.”

To je zdrav pogled na rast. Ne rast zbog rasta, nego rast koji stvara stabilnost.

Hrvatska ima talent, ali sustav zna otežati posao

Kad govori o Hrvatskoj kao okruženju za tehnološke tvrtke, Barišić kreće od pozitivnog: ljudi.

“Kad je riječ o talentima, Hrvatska je odlična, i to bih posebno istaknuo. Još uvijek imamo mladih ljudi koji žele raditi, koji su gladni znanja i spremni se dokazati, a za takve će se u tvrtkama poput BARREK-a uvijek naći mjesto.”

To je važna poruka u zemlji koja često o vlastitim talentima govori tek kad oni odu. BARREK računa upravo na mlade stručnjake i njihovu energiju.

“Upravo su ti novi, mladi talenti ključni za primjenu novih ideja — oni donose energiju i način razmišljanja bez kojeg nema inovacije, i u njih vjerujem.”

No druga strana priče je manje romantična. Troškovi, tromost sustava i ograničen prostor za stalno ulaganje u nova tržišta.

“Ono u što nisam siguran jest koliko tromost sustava i visoki troškovi koje kao poduzetnici imamo prema državi doprinose tome da lakše zadržimo kontinuiran budžet za otvaranje novih tržišta.”

To je prigovor koji se često čuje među hrvatskim poduzetnicima, osobito onima koji pokušavaju izvoziti. Ako domaća tvrtka uspije prodati znanje i proizvod vani, taj novac u konačnici dolazi natrag u Hrvatsku kroz plaće, poreze, investicije i zapošljavanje.

“Jer kad mi kao domaća tvrtka osvajamo inozemna tržišta, taj novac na kraju donosimo natrag u vlastitu državu, i tu bih volio vidjeti okruženje koje takve napore dodatno olakšava, a ne dodatno opterećuje.”

To nije zahtjev za tapšanjem po rame. Više zvuči kao zahtjev da se prema tvrtkama koje pokušavaju rasti globalno ne odnosimo kao da im je najveća ambicija preživjeti još jedan obrazac.

Profitabilnost kao uvjet, ne kao ukras

Kada tehnološke kompanije govore o budućnosti, često se sve svodi na rast.

Više korisnika, više tržišta, više zaposlenih, veća valuacija, više svega. BARREK-ov odgovor je nešto oprezniji i zato uvjerljiviji.

“Ne bih birao samo jedno, jer su povezani, ali težište je na razvoju proizvoda i ulasku na nova tržišta uz zdravu, održivu profitabilnost kao temelj.”

Profitabilnost nije suprotna rastu. Ona je zaštita od rasta koji dobro izgleda izvana, ali iznutra troši kompaniju.

“Rast koji nije održiv, nema smisla, zato profitabilnost promatramo kao uvjet, a ne kao cilj sâm za sebe.”

U ovoj fazi usmjerenje je na tome da proizvodi dovoljno sazriju za samostalan globalni nastup.

“U ovoj fazi najviše ulažemo u to da naši proizvodi dozriju do razine na kojoj samostalno mogu nastupiti globalno kroz izdvajanje u spin-off tvrtke.”

To je možda najambiciozniji dio BARREK-ove priče. Ako LORO Audit i Telmo One ostanu samo proizvodi unutar jedne tvrtke, to je jedan model rasta. Ako se razvijaju u zasebne spin-off tvrtke s vlastitim timovima, investitorima i tržištima, to je bitno šira igra.

Spin-off tvrtke kao sljedeća faza

Planovi za sljedeće razdoblje zato su vrlo konkretni.

“Najveći plan je stvaranje spin-off tvrtki oko naših proizvoda, vjerojatno kroz sljedeću godinu — kako bi LORO Audit i Telmo One mogli samostalno nastupati na svjetskom tržištu, sa svojim timovima i vlastitim tempom rasta.”

To je logičan korak ako tvrtka želi izbjeći da vlastiti proizvodi ostanu zarobljeni između klijentskih projekata, prodaje, razvoja i svakodnevnog operativnog posla.

Spin-off može proizvodu dati jasniji fokus. Ali donosi i nove izazove: kapital, upravljanje, tržišno pozicioniranje, prodaju, zapošljavanje i odgovornost za samostalan rezultat.

“Prvi korak već je iza nas, jer smo za razvoj LORO Audita osigurali investiciju, a u tom smo području i dalje otvoreni za suradnju s VC fondovima i drugim investitorima, jer nam kapital i pravi partneri mogu značajno skratiti put do ključnih ciljeva.”

U prijevodu, BARREK ne traži samo novac, nego partnere koji mogu pomo-

ći da proizvodi brže dođu do tržišta. To je posebno važno ako su cilj SAD i Skandinavija, gdje nije dovoljno imati dobar proizvod. Treba imati prodajni kanal, reference, lokalno razumijevanje i sposobnost brzog odgovora na zahtjeve kupaca.

“Paralelno nastavljamo produbljivati AI funkcionalnosti u proizvodima i širiti se prema SAD-u i skandinavskim tržištima.”

Završna ambicija sažeta je u jednoj rečenici:

“Ukratko, sljedeće razdoblje imat će zadatak da od globalno prepoznate kompanije postanemo tvrtka s proizvodima koji samostalno osvajaju svjetsko tržište.”

To je velika rečenica, ali ne zvuči nerealno ako se gleda kroz ono što BARREK pokušava izgraditi: uslužnu bazu, vlastite proizvode, AI funkcionalnosti, međunarodnu vidljivost, Deloitteovu potvrdu rasta i plan za spin-offove.

Naravno, između plana i tržišta uvijek stoji stvarnost. A stvarnost tehnološkog biznisa zna biti nemilosrdna: klijenti kasne s odlukama, investitori pitaju više nego što bi itko želio odgovarati, konkurencija ne spava, a proizvod koji je u prezentaciji izgledao savršeno, u stvarnom svijetu odjednom traži još tri integracije, dva jezika i podršku za korisnika koji radi u drugoj vremenskoj zoni.

Ali BARREK-ova priča je zanimljiva upravo zato što ne počiva samo na jednoj modi. Nije samo AI. Nije samo Deloitte. Nije samo izvoz. Nije samo mladi tim. Nije samo vlastiti proizvod.

Riječ je o pokušaju da se iz Hrvatske izgradi tehnološka tvrtka koja neće vječno prodavati samo sate i projekte, nego proizvode koji mogu živjeti samostalno na međunarodnom tržištu.

A to je, za domaći tech sektor, najvažniji prijelaz.

Jer prava granica rasta za hrvatske tehnološke kompanije često nije pitanje znaju li napraviti dobar proizvod. Znaju.

Pitanje je mogu li ga dovoljno jasno pozicionirati, dovoljno brzo prodati i dovoljno pametno skalirati da prestane biti “dobar hrvatski proizvod” i postane jednostavno dobar svjetski proizvod.

BARREK sada pokušava upravo to.

I ako mu uspije, Deloitteova lista neće biti vrhunac priče, nego samo zgodna bilješka na početku sljedećeg poglavlja.

 TEUTA FRANJKOVIĆ

DVOJICA FER-OVACA ŽELE AI-JEM OTVORITI TRŽIŠTE JAVNE NABAVE VRIJEDNO VIŠE OD 14 MILIJARDI EURA

JAVNA NABAVA U HRVATSKOJ FORMALNO JE OTVORENA SVIMA. U PRAKSI, MEĐUTIM, TO "SVIMA" ČESTO ZNAČI: SVIMA KOJI IMAJU DOVOLJNO VREMENA, DOVOLJNO LJUDI, DOVOLJNO ISKUSTVA I DOVOLJNO ŽIVACA ZA DOKUMENTACIJU, ROKOVE, REFERENCE, JAMSTVA, IZMJENE I KRITERIJE KOJI PONEKAD IZGLEDAJU KAO DA SU PISANI DA OBESHRABRE I NAJUPORNIJE.

Tržište nije malo. Vrijedi više od 14,3 milijarde eura godišnje, odnosno više od dvadeset posto hrvatskog BDP-a. Mala i srednja poduzeća osvajaju oko 61 posto ugovora po broju, ali manje od polovice njihove ukupne vrijednosti. Istodobno, u sustavu su evidentirane tisuće nepravilnih, neprihvatljivih i neprikladnih ponuda.

Iza tih brojki često nisu loše tvrtke ni loši proizvodi. Često su to propušteni detalji, pogrešno protumačeni uvjeti, neusklađena dokumentacija, zakasnjela jamstva ili jednostavno premalo vremena da se prijava pripremi kako treba.

Tu ulazi Tender Operating Platform (TOP), hrvatski AI agentski sustav koji su razvili mladi FER-ovi inženjeri Jakov Sikirić i Sven Barac. Njihova ambicija nije napraviti još jednu tražilicu javnih natječaja, nego sustav koji tvrtku vodi kroz cijeli proces: od pronalaska relevantne prilike do analize dokumentacije, organizacije tima, praćenja rokova i pripreme prijave.

"Uvidio sam koliko tvrtki propušta natječeje ne zato što nisu kvalificirane, nego zato što nisu ni znale da natječaj postoji. Stanje je takvo da se na jako veliki postotak natječaja prijavljuje jako malo ponuditelja, a vrlo često i samo jedan." — kaže Jakov Sikirić, suosnivač TOP-a.

U tome je početak njihove priče. Ne AI zato što je danas suvremeno imati AI, nego vrlo konkretan poslovni problem:

tvrtke gube prilike jer ih ne vide na vrijeme, ne razumiju ih dovoljno brzo, ili nemaju kapacitet da ih kvalitetno obrade.

Formalno otvoreno tržište, stvarno dostupno samo spremnijima

Javna nabava često se opisuje kao sustav jednakih pravila. No jednaka pravila ne znače i jednake mogućnosti. Velike tvrtke imaju ljude, procese, pravnu podršku i iskustvo. Manje tvrtke često imaju jednu osobu koja sve to radi uz svoj redovni posao.

"Važno je prvo definirati što znači da je javna nabava teško dostupna. Formalno, javna nabava dostupna je svima koji ispunjavaju uvjete. Međutim, u praksi postoji jedan veliki 'ali' — kaže Sven Barac.

Taj "ali" je operativni kapacitet. Netko mora pratiti natječeje, čitati dokumentaciju, provjeravati uvjete, prikupljati reference, paziti na rokove i koordinirati ljude. Kod velikih je to proces. Kod malih je često improvizacija.

"Kod njih se cijeli proces nerijetko svodi na jednu osobu koja, uz svoj redovni posao, mora pratiti natječeje, čitati dokumentaciju, provjeravati uvjete, prikupljati reference i paziti na rokove. Ono što je svima zajedničko jest da se susreću sa sličnim izazovima: birokracijom, velikom količinom informacija, složenom dokumentacijom i nedostatkom digitalnih

pomagala koji bi im stvarno olakšali proces."

Zato podatak da MSP-ovi osvajaju velik broj ugovora, ali manji dio njihove vrijednosti, ne govori da nisu konkurentni. Govori da im je teže ući u veće i složenije postupke.

"MSP-ovi često pobjeđuju u manjim i jednostavnijim nabavama, dok se veća vrijednost tržišta koncentrira u složenijim postupcima koji traže više referenci,



FOTO: IMC AGENCIJA



Sven Barac i Jakov Sikirić

financijsku snagu, jamstva, pravnu podršku, iskustvo i veći operativni kapacitet.” — kaže Barac.

Problem, dakle, nije samo u kvaliteti ponude. Tvrtka može imati dobar proizvod, ozbiljne reference i realnu sposobnost isporuke, ali ako pogriješi u formi, do ocjene kvalitete nikada ne dođe.

“Tvrtka može imati kvalitetan proizvod, dobru uslugu i ozbiljne reference, ali ako ne pročita uvjete dovoljno pažlji-

vo, ako propusti izmjenu dokumentacije, krivo priloži dokaz, zakasni s jamstvom ili ne uskladi ponudu s traženim kriterijima, ona uopće ne dolazi do faze u kojoj se njezina stvarna kvaliteta može ocjenjivati.”

Od tražilice do operativnog alata

TOP zato javnu nabavu ne tretira kao običnu bazu natječaja. Sustav prona-

lazi relevantne natječaje, analizira dokumentaciju, izdvaja kriterije, izrađuje checkliste, prati rokove, organizira tim i pomaže procijeniti je li tvrtka spremna za prijavu.

To je razlika između informacije i procesa.

“Pametna tražilica vam donosi informacije, operativni alat mijenja način na koji radite. Kad tvrtka više ne treba razmišljati o tome treba li pratiti natje-



čaje jer zna da će biti obaviještena, kad se rok za prijavu pojavi u kalendaru jer ga je sustav sam postavio, kad priprema dokumentacije počne tjednima ranije, u tom trenutku alat nije više nešto što se koristi po potrebi, nego nešto na što se oslanja.” — kaže Sikirić.

Jedna od važnih funkcionalnosti je i institucionalna memorija. Platforma pamti prethodne prijave, certifikate, reference i životopise. Za velike sustave to je korisno. Za male tvrtke može biti presudno.

“Za male tvrtke je to možda i najvažnija funkcionalnost. Velike tvrtke imaju specijalizirane timove koji organiziraju i prenose znanje. Mali poduzetnik nema, pa kad ode jedna osoba koja je ‘znala gdje što i kako’, znanje je otišlo s njom. Platforma koja pamti prethodne prijave, certifikate i životopise postaje sustav koji ne ovisi o jednoj osobi.”

U tome je praktična vrijednost TOP-a. AI ne treba biti čarobnjak. Dovoljno je da smanji kaos.

AI ne odlučuje umjesto čovjeka

Javna nabava nije područje u kojem se odluke mogu olako prepustiti algoritmu. Pogrešno tumačenje jedne stavke može značiti gubitak ugovora, a odgovornost na kraju ne potpisuje softver.

Zato TOP nije zamišljen kao alat koji iz procesa izbacuje čovjeka.

“Naš cilj nikad nije bio isključiti korisnika iz procesa, nego ga učiniti produktivnijim. Human-in-the-loop nije kompromis, to je svjestan dizajnerski izbor. AI organizira, upozorava i predlaže, ali svaka relevantna odluka prolazi kroz korisnika.”

Drugim riječima, AI može preuzeti teret prije odluke: pronaći natječaj, pročitati dokumentaciju, označiti uvjete, pratiti rokove i upozoriti na rizike. No odluka ostaje na osobi koja potpisuje ponudu.

“Javna nabava ima pravne i financijske posljedice koje ne možete delegirati sustavu. Ono što možete delegirati je sav teret koji dolazi prije te odluke.”

Sikirić pritom naglašava jednu jednostavnu prednost AI-ja: ne umara se. Čovjek koji čita petu dokumentaciju tog dana nije isti kao čovjek koji čita prvu.

“AI-ju je svedjedno čita li prvi ili pedeseti dokument, neće mu pasti koncentraci-

ja, neće preskočiti stavku jer mu se žuri. I što je možda najvažnije, ako ga petnaest puta pitate zašto je nešto zaključio, svaki put će vam pokazati odakle njegov zaključak proizlazi.”

To ne znači da AI ne može pogriješiti. Može. Ali okvir pitanja se mijenja.

“Rasprava o tome je li AI skloniji grešci od čovjeka je legitimna i kompleksna, ali to je pogrešan okvir. Pravo pitanje je ima li vaša tvrtka kapacitet da svaki put posveti punu pozornost svakom dokumentu. Najčešće nema.”

Javna nabava kao podatkovni problem

Za Barca javna nabava nije samo administrativni postupak, nego složen podatkovni problem. U njoj se spajaju pretraživanje, ekstrakcija informacija, klasifikacija uvjeta, procjena rizika, analiza povijesnih podataka i razumijevanje konteksta.

“Javna nabava je podatkovni problem koji spaja pretraživanje, NLP, ekstrakciju informacija, klasifikaciju uvjeta, procjenu rizika i analizu povijesnih podataka. Zato TOP nije zamišljen kao običan chatbot nad dokumentima, nego kao AI agentski sustav.”

To znači da sustav ne daje samo jedan odgovor na jedno pitanje. On strukturira proces, provjerava što tvrtka ima, što joj nedostaje, gdje postoji rizik i koji je sljedeći korak.

“Generički alat može odgovoriti na pitanje o dokumentu. TOP pokušava razumjeti što taj dokument znači za konkretnu tvrtku, u konkretnom natječaju i u konkretnom trenutku procesa.”

To je razlika između softvera koji prikazuje informacije i softvera koji pomaže voditi posao.

“Agentski sustavi nisu samo ‘pametniji chatbotovi’. Oni su pomak od softvera koji prikazuje informacije, prema softveru koji pomaže voditi posao.”

Nekad je najbolja odluka ne prijaviti se

Jedna od korisnijih funkcija AI-ja u javnoj nabavi nije samo pomoći tvrtki da se prijavi. Može joj pomoći i da ranije shvati kad se ne isplati prijaviti.

Tvrtke često potroše sate ili dane na natječaje koji na prvu izgledaju važnima, ali se nakon detaljne analize pokaže da nemaju tražene reference,

certifikate, stručnjake ili ostvarivu priliku.

“Tvrtke ne gube vrijeme samo na natječaje na koje se na kraju prijave. Često ga gube i na natječaje za koje tek nakon nekoliko sati, ili čak dana analize, shvate da zapravo nisu za njih.”

Ako sustav zna reference, kapacitete, certifikate i iskustvo tvrtke, može puno ranije usporediti zahtjeve natječaja s njezinom stvarnom pozicijom.

Uz to, TOP nudi korisnicima analitiku tržišta javne nabave. Tvrtka može vidjeti tko kod određenog naručitelja najčešće pobjeđuje, po kojim cijenama se ugovori dodjeljuju, tko se javlja kao konkurencija i gdje se ponavljaju isti ponuditelji.

“Nije isto prijaviti se na natječaj kod naručitelja koji stalno radi s istim dobavljačem, na natječaj gdje su cijene izrazito niske, ili na postupak u kojem se konkurencija često mijenja. Analitika zato pomaže odgovoriti na pitanja koja su prije često ovisila o iskustvu pojedinca: imamo li stvarnu priliku, tko nam je glavna konkurencija, kakve su cijene prolazile u sličnim postupcima, koliko je naručitelj otvoren novim ponuditeljima i isplati li se uopće ulagati vrijeme u prijavu.”

Tu se transparentnost ne svodi samo na objavu podataka, nego i na njihovu upotrebljivost.

“Ako podatak postoji, ali ga nitko nema vremena pronaći, povezati i protumačiti, u praksi nije jednako koristan svima.”

Može li AI otvoriti javnu nabavu većem broju tvrtki?

AI može povećati učinkovitost, ali može i povećati razliku između velikih i malih. Ako ga koriste samo tvrtke koje već imaju dobro uređene podatke, postupke i ljude, velike će postati još brže i organiziranije.

“To je stvaran rizik. Svaka tehnologija može povećati razliku ako je koriste samo oni koji već imaju bolje podatke, bolje postupke i više iskustva. AI tada postaje pojačalo postojećih prednosti: velike tvrtke postaju još brže, još organiziranije i još bolje informirane.” — kaže Barac.

No ako AI pomogne tvrtkama da tek počnu strukturirati reference, razumjeti uvjete i procijeniti gdje imaju priliku, onda može smanjiti razliku.



FOTO: MAGNIFIC

“Ako AI samo nagrađuje one koji već imaju savršeno uređene podatke i bogatu povijest referenci, onda neće demokratizirati tržište. Ali ako pomaže tvrtkama da tek počnu strukturirati svoje reference, razumjeti uvjete, prepoznati što im nedostaje i odlučiti gdje imaju stvarnu priliku, onda može smanjiti razliku.”

Zato osnivači TOP-a ne žele napraviti samo pomagalo za brže prijave, nego sustav koji tvrtkama pomaže graditi kapacitet za javnu nabavu kroz vrijeme.

“Tehnologija sama po sebi nije ni pravedna ni nepravedna. Ona pojačava logiku prema kojoj je napravljena.”

Od FER-a do tržišta koje treba manje kaosa

TOP je trenutačno dostupan kroz program ranog pristupa, a osnivači ga nude besplatno kako bi prikupili što više povratnih informacija korisnika.

“Održavamo velik broj sastanaka s korisnicima, slušamo što im stvarno treba u svakodnevnom radu, i upravo iz tog razloga trenutno nudimo besplatno korištenje, ne kao marketinški trik, nego jer nam je taj feedback dragocijeniji od bilo kojeg internog brainstorminga.”

To je logično za proizvod koji se razvija u području gdje demo nije dovoljan. Javna nabava postaje ozbiljna tek kad postoji stvarni rok, stvarna dokumentacija i stvarni rizik da ponuda padne zbog pogreške.

Barac zato naglašava da dobar proizvod ne može biti samo tehnološki dobar.

“Korisnik ne kupuje arhitekturu, ne kupuje model i ne kupuje kôd. Kupuje rješenje problema.”

Kod TOP-a je taj problem vrlo konkretan: dokumentacija, rokovi, ljudi, odgovornost, rizik i novac.

Ako sustav uspije smanjiti informacijske i operativne prepreke, njegova

vrijednost neće biti samo u tome što će tvrtke brže pronaći natječaje. Bit će u tome što će veći broj kvalitetnih ponuditelja moći razumjeti uvjete, procijeniti prilike i pripremiti formalno ispravnu prijavu.

“Svjesni smo da je sustav javne nabave kaotičan i prilično zbunjujuć, i zato smo tu da ga učinimo transparentnijim i dostupnijim za sve.” — kaže Sikirić.

Javna nabava neće zbog jednog pomagala odjednom postati jednostavna. Neće nestati loše napisani uvjeti, restriktivni kriteriji, ni dokumentacija koja se čita kao test izdržljivosti. Ali ako AI može pomoći da manje dobrih tvrtki odustane prije početka, ili ispadne zbog formalne pogreške, to je već ozbiljna promjena.

U tržištu s više od četrnaest milijardi eura, i malo manje kaosa može vrijediti mnogo.

 TEUTA FRANJKOVIĆ

ZAŠTO HRVATSKI POSLODAVCI JOŠ UVIJEK SKRIVAJU PLAĆE?

Ako većina kandidata želi znati raspon plaće prije prijave, logično se nameće pitanje: zašto velik broj hrvatskih poslodavaca tu informaciju i dalje ne objavljuje?

Na prvi pogled odgovor izgleda jednostavno. U praksi nije.

Većina poslodavaca ne skriva plaću zato što želi otežati kandidatima život. Razlozi su složeni i proizlaze iz poslovnih obrazaca koji su godinama bili sasvim logični. Problem je što se tržište promijenilo, a dio tih obrazaca ostao je isti.

Najčešći razlog jest želja da se zadrži prostor za pregovore. Poslodavci smatraju da će objavom raspona izgubiti fleksibilnost, osobito kad razgovaraju s kandidatima različitog iskustva i razine odgovornosti. Takvo je razmišljanje razumljivo u organizacijama koje kvalitetnijeg kandidata žele nagraditi boljom ponudom. Pritom se, međutim, zanemaruje jedna činjenica: o plaći će se razgovarati prije ili kasnije. Jedino je pitanje hoće li se taj razgovor dogoditi na početku procesa ili nakon što su obje strane već potrošile sate na razgovore koji možda neće završiti zaposlenjem.

Drugi razlog je osjetljiviji: strah od reakcije vlastitih zaposlenika. Objava raspona može otvoriti pitanja o razlikama u primanjima, potaknuti zahtjeve za povišicama ili razotkriti slabosti postojećeg sustava nagrađivanja.

Često se spominje i strah od konkurencije: objavimo li plaće, konkurenti će nam lakše preoteti ljude. No koliko je taj argument danas doista održiv? Živimo u vremenu u kojem informacije putuju brže nego ikada. Kandidati međusobno razgovaraju, zaposlenici dijele iskustva, a društvene mreže omogućuju usporedbu primanja gotovo za svako zanimanje. Tržište će prije ili kasnije doznati koliko plaćate. Jedino što možete birati jest tko će tu informaciju prvi ispričati.

Možda je ipak najveći razlog psihološke prirode. Hrvatski poslodavci godinama su poslovali na tržištu na kojem je kandidata bilo više nego radnih mjesta. Takvo je tržište dopuštalo sporije procese, manje otvorenosti i širi prostor za pregovore, jer su kandidati bili spremni čekati.

Danas više nisu. Ne zato što su postali nestrajivi, nego zato što imaju izbor.

Transparentnost plaće zato ne treba promatrati kao objavu broja u oglasu, nego kao pokazatelj načina na koji organizacija komunicira s tržištem

rada. Poslodavac koji otvoreno govori o financijskim uvjetima šalje jasnu poruku: poštuje vrijeme kandidata i vjeruje u vrijednost onoga što nudi.

Transparentnost, dakako, ne znači da svi zaposlenici moraju imati jednaku plaću niti da poslodavac gubi mogućnost pregovora. Raspon ostavlja dovoljno prostora da se konačna ponuda prilagodi iskustvu, znanju i odgovornostima. Razlika je u tome što obje strane od početka znaju u kojem se okviru kreću, a to smanjuje nespo razume, ubrzava odluke i povećava vjerojatnost uspješnog zapošljavanja.

Hrvatsko tržište rada posljednjih se godina promijenilo više nego u prethodna dva desetljeća zajedno. Zapošljavanje tako više nije administrativni proces koji završava potpisom ugovora o radu. Postalo je jedna od ključnih poslovnih funkcija, o kojoj sve više ovise brzina rasta, produktivnost i sposobnost tvrtke da ostvari svoje ciljeve.

Europska direktiva o transparentnosti plaća nije uzrok tih promjena, nego njihova posljedica. Tržište se promijenilo prije zakonodavstva, a kandidati su svojim očekivanjima jasno pokazali da žele otvoreniju komunikaciju, brže procese i više međusobnog povjerenja.

Razvoj umjetne inteligencije istodobno će poslodavcima omogućiti da automatiziraju administraciju i više vremena posvete ljudima. No tehnologija sama po sebi neće biti presudna. Presudno će biti kako je organizacije koriste. Najveću prednost ostvarit će one koje je iskoriste za kvalitetniju komunikaciju, bolje iskustvo kandidata i brže odlučivanje.

Konkurentnost se ubuduće neće graditi samo kvalitetom proizvoda, usluga ili cijenom, nego sve više kvalitetom zapošljavanja. Organizacije koje razumiju da je kandidat jednako važan kao kupac lakše će privući i zadržati ljude koji čine temelj svakog uspješnog poslovanja.

Vjerujem da će najveću prednost imati organizacije koje prve prihvate novu logiku tržišta rada: onu u kojoj se povjerenje ne gradi na završnom razgovoru za posao, nego od prvog kontakta s kandidatom.

A to povjerenje često počinje jednom jednostavnom informacijom.

Kolika je plaća.

Jer transparentnost nije prolazni trend niti tek regulatorna obveza. Ona postaje novo poslovno pravilo.



Ana Hirš

Business
Development Manager

KERAMIČARSKI OBRT KRAMAR

UGRADNJA KERAMIKE I KAMENA
ADAPTACIJE

Donji Pustakovec 105, 40323 Prelog

098 600 139

drazen.kramar@gmail.com

VIZIO-ARH

Školska ulica 21 A
10361 Sesvete
099/ 330 4177
jakov@vizio-arh.hr

Graditeljstvo i nadzor

Organizacija izvedbe
projekata za zgrade

TETRAGRAM PROJEKT

VOĐEĆI REGIONALNI
BROKER INVESTICIJSKIM
PLEMENITIM KOVINAMA

Svetice 19
10000 Zagreb

01 236 58 57
098 209 236

info@tetragram.hr
www.tetragram.hr
www.plemenit.hr

POSLO ZNAČI VIŠE OD PLAĆE: POTREBNI SU CILJEVI ZA KOJE SE ISPLATI ŽIVJETI

UNATOČ RASTU ZAPOSLENOSTI I FINACIJSKIM POTPORAMA, OSOBE S INVALIDNOSTIMA I DALJE SE SUOČAVAJU S IZAZOVIMA

Zapošljavanje osoba s invaliditetom (OSI) jedno je od ključnih pitanja suvremenih politika jednakih mogućnosti, socijalne uključenosti i održivog razvoja tržišta rada. Pravo na rad, kao temeljno ljudsko pravo, podrazumijeva jednake mogućnosti zapošljavanja i profesionalnog razvoja za sve osobe, neovisno o njihovim tjelesnim, osjetilnim, intelektualnim ili psihosocijalnim ograničenjima. Iako su u mnogim državama uspostavljeni zakonski okviri i mjere kojima se potiče zapošljavanje osoba s invaliditetom, prepreke poput diskriminacije, neprilagođenih radnih mjesta i negativnih društvenih stavova, i dalje predstavljaju značajan izazov.

Osim što doprinosi financijskoj neovisnosti pojedinca, zaposlenje ima važnu ulogu i u očuvanju dostojanstva te unapređenju kvalitete života osoba s invaliditetom. Zato je bitno pratiti čimbenike koji utječu na zapošljavanje osoba s invaliditetom i procjenjivati učinkovitost postojećih politika.

U Europskoj uniji zaposleno je samo 51,3 posto osoba s invaliditetom, što je znatno manje u odnosu na 75,6 posto zaposlenih osoba bez invaliditeta. Taj je udio niži kod žena s invaliditetom, samo 49 posto, i kod mladih s invaliditetom, čija stopa zaposlenosti iznosi svega 47,4 posto, prema objavi iz 2025. godine na stranici European Disability Forum.

Kad je riječ o Hrvatskoj, prema zadnjim dostupnim podacima za svibanj 2026., bile su zaposlene 22.793 osobe s invaliditetom.

“U odnosu na 2015. godinu, kad je uvedena kvotna obveza zapošljavanja osoba s invaliditetom, njihov se broj udvostručio, što potvrđuje stalan pozitivan trend zapošljavanja.” — rekli su iz Hrvatskog zavoda za zapošljavanje (HZZ) za Financije.hr.



Jozefina Kranjčec, predsjednica Hrvatskog saveza udruga osoba s tjelesnim invaliditetom (HSUTi)

FOTO: HSUTi

Na godišnjoj razini, iz evidencije HZZ-a, zaposli se oko 3.000 osoba s invaliditetom, a u prvih pet mjeseci ove godine zaposleno ih je 1.697. Najviše ih se zaposlilo u djelatnostima smještaja te pripreme i usluživanja hrane, prerađivačkoj industriji, trgovini, administrativnim i pomoćnim uslužnim djelatnostima i građevinarstvu.

Dodali su da je u evidenciji HZZ-a trenutno prijavljeno oko 8.000 nezaposlenih osoba s invaliditetom, a kao najčešće prepreke njihovom uključivanju na tržište rada naveli su nedostatak radnog iskustva, nižu razinu obrazovanja i posljedično tome duže razdoblje nezaposlenosti.

“Kako bi se povećala zapošljivost osoba s invaliditetom, HZZ neprestano provodi niz aktivnosti, uključujući profesionalno usmjeravanje, mjere aktivne politike zapošljavanja, kao i upućivanje u usluge profesionalne rehabilitacije.” — otkrili su nam.

Poslodavcima koji zapošljavaju osobe s invaliditetom dostupne su ciljane potpore s većim intenzitetom financiranja i duljim razdobljem korištenja.

U prvih pet mjeseci ove godine je u mjere aktivne politike zapošljavanja uključeno 2.341 osoba s invaliditetom, za što je izdvojeno gotovo četiri milijuna eura.

“Učinci potpora za zapošljavanje bit će obuhvaćeni Evaluacijom mjera aktivne politike zapošljavanja za razdoblje od 2017. do 2023. godine, koja je u tijeku.” istaknuli su iz HZZ-a.

O zapošljavanju osoba s invaliditetom razgovarali smo i s predsjednicom Hrvatskog saveza udruga osoba s tjelesnim invaliditetom (HSUTI), Jozefinom Kranjčec.

Rekla nam je da osobe s tjelesnim invaliditetom, ako su završile fakultet, lako nađu posao, jer Zavod za vještačenje, profesionalnu rehabilitaciju i zapošljavanje osoba s invaliditetom (ZOSI) daje poslodavcima poticaje za zapošljavanje, odnosno uglavnom vraća pedeset posto plaće.

“Dakle, imamo dvostranu korist, osoba s invaliditetom zarađuje za samostalan život, a poslodavac dobiva kvalitetnog radnika za malo novca. Malo je teže zaposliti osobu s intelektualnim poteškoćama, iako i mnogi od njih pronađu pomoćni posao u nekom ugostiteljskom

objektu, proizvodnji auto dijelova ili vrtlarstvu.” — objasnila je Kranjčec.

“Mislim da trebamo održati još više edukacija za poslodavce o tome gdje, kada, zašto i kako zaposliti osobe s invaliditetom. Mnogi to i znaju, ali radije plate penale nego da zaposle OSI. Moram napomenuti da baš sve OSI i nisu zapošljive, zbog težih dijagnoza.”

Kad je riječ o plaćama, naglasila je da sve osobe koje dođu na prvo radno mjesto moraju znati da kao početnici ne mogu dobiti plaću koja je inače po sistematizaciji određena za takvo radno mjesto.

“Moramo biti realni, novi djelatnik nema produktivnost, a ni znanje kao netko tko na takvom radnom mjestu radi više od pet godina. Oduvijek je bilo tako: najprije smo bili godinu dana pripravnici za minimalnu plaću, onda asistenti za nešto veću plaću, i tek nakon tri godine smo dobili plaću koja prati to radno mjesto. Govorim o osobama bez invaliditeta. Budući da svi mi koji smo lideri OSI preferiramo jednake mogućnosti, isto bi trebalo važiti i za OSI.” — rekla je.

Tvrdi da njezina organizacija do sada nije dobila nikakvu informaciju da su



FOTO: HSUTI



osobe s invaliditetom bile manje plaćene za isti posao u odnosu na osobe bez invaliditeta. Smatra da nitko od poslodavaca ne daje osobama s invaliditetom manju plaću samo zbog invaliditeta. Osvrnula se i na najčešće prepreke s kojima se ljudi suočavaju nakon zapošljavanja:

“Teško ih je nabrojiti jer su različite. Primjerice, OSI u kolicima možda treba radnog asistenta, što ne odgovara poslodavcu jer onda u uredu ima dvije osobe umjesto jedne. Kad je riječ o prilagodbi radnih mjesta, ne bi trebalo biti problema, jer to financira ZOSI, samo što to treba zatražiti poslodavac. Ako osoba koju poslodavac zapošljava nije u Očevidniku, on je treba prijaviti, popuniti razne obrasce za povlačenje poticaja, a to je onda dodatni posao za nekog od službenika kod tog poslodavca, pa se događa da se zapošljavanje ne ostvari. Svaki sljedeći mjesec do određenog datuma treba poslati Zahtjev za uplatu poticaja. Želim reći da oko zapošljavanja OSI ima posla i nije jednostavno, pa poslodavci radije plate penale zbog nezapošljavanja kvotne obveze.” — rekla nam je predsjednica Saveza.

Na svakih dvadeset zaposlenih poslodavci bi trebali imati zaposlenu jednu osobu s invaliditetom. Oni koji zapošljavaju veći broj OSI nego što je propisano zakonom, uz poticaje dobivaju i dodatne nagrade.

“Ima posla oko toga, ali isplati se. Najveći broj OSI se zapošljava u udrugama, jer tu ima razumijevanja za njih.” — istaknula je.

Dodala je da poslodavci zapošljavaju osobe s invaliditetom ako imaju potrebu za određenom strukom, odnosno zanimanjem. Tvrdi da to nije zbog kvote ili poticaja. Komentirala je i pozitivne prakse kod poslodavaca koji zapošljavaju osobe s invaliditetom.

“Pozitivne prakse su uglavnom vidljive kod poslodavaca koji OSI cijene kao osobu, a tako i njezino stečeno znanje. Međutim, oni s dva razreda školovanja za neka pomoćna zanimanja teško pronalaze posao, pogotovo adekvatan posao (npr. pomoćni vrtlar, pomoćni administrator, pomoćni tekstilni radnik i slično). Ponovit ću, oni koji završe fakultete nalaze posao i poslodavci ih rado zaposle, oni s nižim obrazovanjem teško nađu zaposlenje na otvorenom tržištu rada, eventualno preko mjere Javni

radovi pri gradskim i općinskim poduzećima. Lokalne jedinice rado zapošljavaju OSI, naravno to su uglavnom ljudi s lakšim oštećenjima i intelektualnim teškoćama (LMR). Zahvaljujem svim poslodavcima koji imaju razumijevanja i empatije prema OSI i rado ih uključuju u svoj radni kolektiv. Nije samo plaća bitna, bitno je da su OSI uključene u život zajednice, da se osjećaju korisnima i da u životu imaju ciljeve za koje se isplati živjeti.” rekla je Kranjčec.

Iako zapošljavanje osoba s invaliditetom u Hrvatskoj posljednjih godina bilježi pozitivan smjer, što potvrđuju rast broja zaposlenih i različite mjere koje provode nadležne ustanove, podaci pokazuju da i dalje postoje određene prepreke. Među tim preprekama ističu se niža razina obrazovanja, nedostatak radnog iskustva, administrativne poteškoće i predrasude dijela poslodavaca.

Poticaji i zakonske obveze važni su alati za povećanje zaposlenosti, no dugoročni napredak ovisit će i o većoj informiranosti poslodavaca, prilagodbi radnih mjesta te stvaranju ugodnog radnog okruženja.

 VLADANA KOVAČEVIĆ



FOTO: PEXAGAY





 ORDINACIJA DENTALNE MEDICINE
DAMIR KIRLIĆ
 dr. med. dent.

Augusta Cesarca 1
 49218 Pregrada

049/377-937
 damir.kirlic@gmail.com




**DARK
IMPULS
D.O.O.**

**ELEKTROINSTALACIJSKI
RADOVI**

Očura 38C, 42250 Očura
 099 833 66 37
 darkimpuls43@gmail.com



VIA d.o.o.

Ante Starčevića 2
 51000 Rijeka

098 326 433
 via@ri.t-com.hr

NISKOGRADNJA



PRECIZNA POLJOPRIVREDA

DRONovi I PODACI POSTAJU NOVA POMAGALA ZA HRVATSKE POLJOPRIVREDNIKE

AGRIGENTUM — DIGITAL AGRO RAZVIJA RJEŠENJA KOJA PROIZVOĐAČIMA POMAŽU OPTIMIZIRATI PROIZVODNJU, SMANJITI TROŠKOVE I LAKŠE ODGOVORITI NA KLIMATSKE IZAZOVE

Digitalizacija poljoprivrede više nije trend budućnosti, već stvarnost koja mijenja način na koji se upravlja proizvodnjom, donose odluke i povećava učinkovitost na gospodarstvima. Upravo na tom području djeluje Agrigentum — Digital Agro, tvrtka specijalizirana za razvoj i primjenu rješenja precizne poljoprivrede.

Integracijom naprednih tehnologija, poput poljoprivrednih dronova, agrometeoroloških stanica i digitalnih platformi za upravljanje proizvodnjom, pomažu poljoprivrednicima optimizirati

proizvodne procese, smanjiti troškove i ostvariti veće prinose. O tome kako digitalna rješenja mijenjaju domaću poljoprivredu, o upotrebi dronova u poljoprivredi i kakvi su planovi tvrtke, razgovarali smo s direktorom Agrigentum — Digital Agra, Igorom Frljušcem.

“Poljoprivredni dronovi donose značajne prednosti u odnosu na klasične metode zaštite i prihrane usjeva. Omogućuju preciznu i ciljanu primjenu sredstava, smanjuju potrošnju vode i kemikalija te omogućuju rad u uvjetima kad mehanizacija ne može ući u polje. Naši

dronovi, poput DJI AGRAS serije (T50, T70P, T100), dizajnirani su za profesionalnu primjenu, s velikim kapacitetom, visokom učinkovitošću i naprednim sustavima za mapiranje i automatizaciju leta.” — ispričao je za Financije.hr.

“Dronovi su posebno pogodni za ratarske kulture poput kukuruza, pšenice i soje, ali i za voćarstvo te vinogradarstvo, gdje je pristup često ograničen. Sve više se koriste i u povrtlarstvu. Cijene ovise o modelu i konfiguraciji, ali okvirno se kreću od oko 12.000 do 40.000 eura za kompletan sustav, uklju-



čujući svu opremu potrebnu za rad.” — dodao je.

Kad je riječ o povratu ulaganja, s obzirom na visoku cijenu dronova, objasnio je da to ovisi o veličini gospodarstva i intenzitetu korištenja.

“U praksi vidimo da se investicija može vratiti unutar jedne do tri sezone. Ključni čimbenici su uštede na sredstvima za zaštitu bilja, smanjenje troškova rada i povećanje prinosa kroz pravodobne intervencije.” — rekao je Frljužec.

Otkrio nam je i da postoje regulatorna ograničenja koja trenutačno usporavaju širu primjenu dronova u poljoprivredi, te da su ona ponajprije vezana uz Zakon o održivoj uporabi pesticida i prateću regulativu Europske unije.

Naime, prema važećem zakonodavnom okviru svaka primjena sredstava za zaštitu bilja iz zraka smatra se zračnim tretiranjem, bez obzira je li riječ o klasičnim zrakoplovima ili suvremenim poljoprivrednim dronovima.

“To u praksi znači da se dronovi za primjenu pesticida svrstavaju u isti koš

kao nekadašnja avio-tretiranja, iako je riječ o potpuno drukčijoj tehnologiji — dronovi rade na visini od nekoliko metara, s centimetarskom preciznošću i vrlo kontroliranim dozama, dok su nekadašnji zrakoplovi tretirali s velikih visina i znatno većim zanošenjem. Ipak, zakon i dalje polazi od zabrane primjene pesticida iz zraka, uz iznimke koje je administrativno zahtjevno ishoditi, što otežava široku, svakodnevnu primjenu dronova u zaštiti i prihrani usjeva.” — objasnio je.

Dodao je da su na razini Europske unije u tijeku rasprave i najavljene izmjene koje bi trebale modernizirati taj dio propisa i prepoznati dronove kao pomagala usporidiva s atomizerima i drugom preciznom opremom za primjenu sredstava. Očekuje se da će se kroz nadolazeće izmjene regulative omogućiti da se poljoprivredni dronovi koriste pod jasnim tehničkim i sigurnosnim uvjetima, ali bez nepotrebne birokratske prepreke, što bi značajno ubrzalo njihovu širu primjenu u stvarnosti.

Kad je riječ o primjeni digitalnih alata kako bi se pomoglo poljoprivrednicima

da se lakše prilagode klimatskim promjenama, istaknuo je da takvi alati imaju ključnu ulogu.

“Sustavi poput agrometeoroloških stanica i softvera za analizu podataka omogućuju pravodobno reagiranje na stresne uvjete, optimizaciju navodnjavanja i bolju zaštitu usjeva od bolesti i štetnika. Time se značajno smanjuju rizici i povećava otpornost proizvodnje.” — rekao je Frljužec.

Naveo je i da nove tehnologije najbrže prihvaćaju veći i srednje veliki proizvođači koji imaju određenu razinu mehanizacije i otvoreni su za optimizaciju proizvodnje.

“Međutim, sve češće vidimo zanimanje i kod manjih, specijaliziranih proizvođača, posebno u sektorima veće dodane vrijednosti.”

Tvrdi da i manja obiteljska gospodarstva također mogu koristiti takve tehnologije, bilo kroz zajedničko ulaganje, uslužne modele ili korištenje potpora i EU fondova. Istaknuo je da upravo modeli “usluge po hektaru” postaju sve popularniji, jer omogućuju



Igor Frljužec, direktor Agrigentum – Digital Agra

pristup tehnologiji bez velikih početnih ulaganja.

“Hrvatski poljoprivrednici su sve otvoreniji za nove tehnologije, ali i dalje postoji određena mjera opreza, što je razumljivo.

Ključ je u obrazovanju i pokazivanju konkretnih rezultata na terenu. Kad proizvođači vide stvarne uštede i koristi, spremnost na primjenu značajno raste.”

Naglasio je da u budućnosti njegova

tvrtka planira daljnje širenje portfelja rješenja, jačanje edukacijskih programa i razvoj integriranih digitalnih platformi koje će objediniti sve podatke na jednom mjestu. Također, usmjereni su na regionalno širenje i razvoj partnerstava kako bi ubrzali digitalnu transformaciju poljoprivrede u ovom dijelu Europe.

Promjene koje donosi digitalizacija poljoprivrede neće se ogledati samo u novim alatima i tehnologijama, već u drukčijem načinu razmišljanja o proizvodnji. Oni proizvođači koji na vrijeme prepoznaju vrijednost podataka, dobrog planiranja i učinkovitijeg korištenja resursa, imat će veću mogućnost prilagodbe sve zahtjevnijim tržišnim i klimatskim uvjetima.

Iako je riječ o postupku koji zahtijeva vrijeme, ulaganja i prilagodbu postojećih navika, jasno je da će tehnološka rješenja imati sve važniju ulogu u oblikovanju poljoprivrede budućnosti. Suradnja proizvođača, stručnjaka i tehnoloških tvrtki, kao što je Agrigentum – Digital Agro, bit će ključna kako bi se potencijal tih inovacija u potpunosti iskoristio.

VLADANA KOVAČEVIĆ

G-P VLAŠIĆ

GRADITELJSTVO I USLUGE

GRAĐEVINSKI RADOVI OD TEMELJA DO KROVA

Lovasići 1
10434 Strmec

098/839-487
gp.vlasic1@gmail.com

CompanyWall
business

www.companywall.hr



On zna

kada njegov poslovni partner ima blokiran račun.

Saznajte i vi!

EUROPA NIJE MRTVA PATKA. SAMO NEMA DOVOLJNO OŠTRE ZUBE

U globalnom ekonomskom razgovoru Europa sve češće zvuči kao rođak kojeg svi vole, ali nitko više ne pita za savjet. Ugodna je, lijepo uređena, ima dobre sireve, vlakove koji ponekad voze, godišnje odmore koji Amerikancima zvuče kao socijalistička bajka i sposobnost da od svakog problema napravi direktivu, uredbu i javno savjetovanje.

Ali kad se govori o budućnosti, ton se naglo mijenja. Amerika ima umjetnu inteligenciju, najmoćnije tehnološke kompanije, Wall Street i vojne nosače aviona. Kina ima tvornice, baterije, električne automobile, državnu koordinaciju i brzinu kojom se u Europi najčešće uspije osnovati radna skupina. Europa, prema toj popularnoj dijagnozi, ima prošlost, muzeje, propise i vrlo ozbiljnu zabrinutost.

Ukratko, Europa je navodno "mrtva patka".

To je zgodna slika, ali možda nije sasvim točna. Patka je možda sporija. Možda se previše oslanja na to da joj je jezero lijepo uređeno. Možda predugo raspravlja treba li kvakati na 24 službena jezika. Ali mrtva nije.

SAD izgleda neusporedivo jače kada gledamo tehnološke divove, AI, cloud, burze, kapital i političku sposobnost da se nacionalni interes pretvori u industrijski program. Ali ako gledamo širi standard života, slika više nije tako američki blistava.

Euroljani u prosjeku žive dulje. Manje ih se ubija. Manje ih završava u zatvoru. Imaju javno zdravlje koje nije savršeno, ali barem ne izgleda kao financijski escape room. Imaju godišnje odmore, radna prava i gradove u kojima se kvaliteta života još uvijek ne mjeri samo time koliko je neka kompanija dodala tržišne vrijednosti nakon što je u prezentaciju stavila riječ "AI".

Ako se uspoređuje rast američkog i europskog BDP-a po stanovniku od 2000. godine, SAD izgleda kao pobjednik. Ako se, međutim, gleda relativna razina BDP-a po stanovniku, eurozona nije tako dramatično potonula kako bi se moglo zaključiti iz svakog drugog panela o "europskom zaostajanju". Dio američke prednosti dolazi iz tehnološkog sektora, koji je veći, profitabilniji i snažnije mjeri produktivnost kroz proizvode čiju je stvarnu vrijednost teško uhvatiti običnom statistikom.

Europa se zaista i nalazi u čudnoj poziciji - zna regulirati budućnost, ali je ne zna dovoljno često proizvesti. Ima pravila o umjetnoj inteligenciji, privatnosti, tržišnom natjecanju i digitalnim uslugama. I mnoga od tih pravila su potrebna. Netko mora reći Big Techu da korisnik nije samo sirovina s kreditnom karticom.

Ali dobro regulirano tržište nije isto što i tehnološka moć. Možete imati najbolji pravilnik o AI-ju, ali ako se modeli treniraju na tuđim čipovima, u tuđem cloudu, novcem tuđeg kapitala i za tuđe platforme, onda ste više nadzornik nego vlasnik igre.

Slično vrijedi za obranu. Europa je desetljećima živjela u luksuzu uvjerenja da je sigurnost nešto što se podrazumijeva. Kao voda iz pipe. Otvoriš i teče. A onda je rat u Ukrajini pokazao da sigurnost nije prirodno stanje, nego industrijski kapacitet. Municija, dronovi, sateliti, senzori, softver, komunikacije, čipovi, proizvodne linije, logistika. Sve ono što zvuči dosadno dok ne postane presudno.

I tu se negdje mora ugurati i Hrvatska, makar joj je najdraže ugurati se u raspravu tek kad se dijele europski fondovi ili kad treba objasniti zašto nešto još nije spojeno na mrežu.

Hrvatska ne može postati Amerika. Ne može postati ni Njemačka, pogotovo sada kad i Njemačka izgleda kao da joj je industrijski motor upalio lampicu "provjeriti kod majstora". Ali Hrvatska može prestati razmišljati kao zemlja kojoj je dovoljno biti lijepa, sigurna i jeftinija od Zapada. To više nije strategija već Airbnb opis.

Ne možemo raditi sve. Ali možemo raditi specijalizirani softver, obrambene tehnologije, fintech infrastrukturu, energetska rješenja, industrijske komponente, AI alate za konkretne poslovne procese i proizvode koji rješavaju stvarne probleme. Možemo bolje povezati fakultete i industriju. Možemo prestati tretirati transfer tehnologije kao frazu za konferencije i početi ga gledati kao pitanje gospodarskog opstanka.

Jer kvaliteta života je divna stvar. Europa je u tome još uvijek civilizacijski uspjeh. I tko god je ikad pokušao objasniti Amerikancu da bolovanje nije osobni moralni poraz, zna da europski model ima što braniti.



Teuta Franjković
glavna urednica



Obuhvaća naselja: Bedenik, Bulinac, Dautan, Drljanovac, Kozarevac Račanski, Međurača, Nevinac, Nova Rača, Orlovac, Sasovac, Slovinska Kovačica, Stara Rača i Tociljevac

Trg Stjepana Radića 56
43272 Nova Rača
tel: 043 886 036, 043 886 101
fax: 043 886 152
juo@nova-raca.hr
www.nova-raca.hr



OPĆINA NOVA RAČA
BJELOVARSKO-BILOGORSKA ŽUPANIJA

ROLTEK®

ROLETE

ŽALUZINE HERO

ZIP SCREEN OLIMP

KOMARNICI

GARAŽNA VRATA

Studenčić 9
51266 Selce

051 784 384
098 431 298

info@roltek.hr
www.roltek.hr

TITAN UNION

*Sveobuhvatna konzultantska rješenja
prilagođena vašim poslovnim potrebama*

-  PROJEKTNJA DOKUMENTACIJA
-  PRAVNO SAVJETOVANJE
-  EKONOMSKO SAVJETOVANJE
-  UPRAVLJANJE PROJEKTIMA
-  ODNOSI S VLADOM
-  INVESTICIJSKA STRATEGIJA

Unska ul. 2c - 10000 Zagreb, Hrvatska info@titan-union.eu +385 95 3564 822 www.titan-union.eu

HRVATSKA TEHNOLOGIJA ZA SVJETSKO HOTELIJERSTVO

IGOR DUDIĆ: AI ĆE PROMIJENITI NAČIN NA KOJI GOSTI BIRAJU I REZERVIRAJU HOTELE

BID GRUPA DRUGI SE PUT ZAREDOM NAŠLA MEĐU NAJBRŽE RASTUĆIM TEHNOLOŠKIM TVRTKAMA EUROPE, BLISKOG ISTOKA I AFRIKE. RIJEČKA TVRTKA, KOJU JE 2013. GODINE OSNOVAO IGOR DUDIĆ, NA DELOITTEOVOJ LISTI EMEA TECHNOLOGY FAST 500 ZA 2025. ZAUZELA JE 190. MJESTO, ČIME SE SVRSTALA MEĐU TRINAEST HRVATSKIH PODUZEĆA UVRŠTENIH NA OVOGODIŠNJU LJESTVICU. DELOITTEOVA LISTA OBUHVAĆA PETSTO NAJBRŽE RASTUĆIH TEHNOLOŠKIH KOMPANIJA U EMEA REGIJI, A RANGIRANJE SE TEMELJI NA RASTU PRIHODA TIJEKOM VIŠEGODIŠNJEG RAZDOBLJA.

Za BID Grupu pritom nije najvažnije samo mjesto na ljestvici, nego činjenica da je međunarodno priznanje ponovljeno dvije godine zaredom.

“Upravo nam je taj kontinuitet važniji od samog mjesta na ljestvici. Jednokratni snažan rast može biti posljedica jednog velikog projekta ili iznimne godine, ali dvije godine zaredom među najbrže rastućim tehnološkim tvrtkama EMEA regije potvrđuje da rast ima dublje temelje.” — rekao je za Financije.hr osnivač i direktor BID Grupe Igor Dudić.

Tvrtka je i godinu ranije bila uvrštena na Deloitteovu ljestvicu pedeset najbrže rastućih tehnoloških tvrtki Srednje Europe, na kojoj je zauzela 37. mjesto, uz iskazani rast prihoda od 934 posto.

Dudić kaže da im takva priznanja pomažu u međunarodnom pozicioniranju, osobito pri razgovorima s hotelskim grupacijama koje tehnološkog partnera ne biraju samo prema cijeni, nego i prema njegovoj sposobnosti da dugoročno održava sustave izravno povezane s prodajom i prihodima.

Plasman, međutim, ima i važnu internu dimenziju.

“Timu pokazuje da se ulaganje u razvoj, kvalitetu i znanje prepoznaje i izvan tvrtke.” — istaknuo je.

Od digitalne agencije do tehnološke tvrtke

BID Grupa razvijala se iz modela digitalne agencije, ali se posljednjih godina postupno udaljila od klasičnog pružanja marketinških usluga. Danas se pozicionira kao tehnološka tvrtka specijalizirana za hotelsku industriju, s naglaskom na podatke, analitiku, rezervacijske procese i povećanje udjela izravne prodaje.

Tvrtka je u ranijoj fazi poslovanja nudila hotelima izradu internetskih stranica, digitalne kampanje i povezane marketinške usluge. Postupno je, međutim, počela razvijati vlastita tehnološka rješenja, među kojima su sustav za upravljanje sadržajem, integrirano rezervacijsko iskustvo, loyalty funkcionalnosti i analitička infrastruktura.

BID se na svojoj stranici opisuje kao strateški partner za digitalni razvoj i povećanje izravnih rezervacija, odnosno smanjenje ovisnosti hotela o internetskim posrednicima. U jednom od objavljenih projekata tvrtka je navela da je nakon izrade nove internetske stranice za Bluesun Hotels & Resorts, online prihod klijenta porastao za 105,74 posto, uz jednostavniji rezervacijski postupak i višu stopu konverzije.

Dudić smatra da je upravo specijalizacija bila jedan od glavnih razloga snažnog rasta.



“Postupno smo se udaljili od modela klasične digitalne agencije i usmjerili na razvoj tehnoloških proizvoda i sustava za hotelsku industriju. Duboka specijalizacija omogućila nam je da razumijemo ne samo tehnologiju, nego i prodajne procese hotela.” — rekao je.

Druga važna komponenta je vlastita tehnologija. Zahvaljujući platformama i sustavima koje stalno razvija, tvrtka pri svakom novom projektu ne mora počinjati od početka.

“Naša analitička platforma, integrirano booking iskustvo i podatkovna infrastruktura unapređuju se kroz svaki projekt, pa nijedan ne počinjemo od ničice.” — objasnio je Dudić.

Treći element rasta je izlazak na međunarodno tržište. Sve veći dio poslovanja dolazi od stranih klijenata te od pro-



Domagoj Razum, Melanie Šupica, Karla Videc, Igor Dudić, Sara Kosovac Dudić, Dean Matić

jekata koji uključuju više hotela, država, jezika, valuta i povezanih informacijskih sustava.

Podaci važniji od marketinških kampanja

Iako se BID još uvijek često opisuje kao tvrtka koja povezuje marketing, tehnologiju i poslovni razvoj, Dudić naglašava da ona danas više nije klasična agencija.

Marketinške usluge više se ne nude izravno hotelima. Tvrtka se usredotočila na razvoj tehnologije te analitičke i bihevioralne analize, a njezine alate mogu koristiti i hotel, i performance agencije koje vode njihove tvrtke.

Cilj je objema stranama omogućiti kvalitetniji uvid u ponašanje potencijalnih gostiju: od njihova prvog dola-

ska na hotelsku internetsku stranicu i pregledavanja ponude, do pokretanja rezervacije, završene kupnje ili odustajanja.

Takav pristup odražava širu promjenu tržišta. Prije desetak godina od digitalnog se partnera najčešće očekivalo da izradi vizualno privlačnu internetsku stranicu ili vodi oglašivačku kampanju. Danas hotelijeri očekuju složen sustav koji mora imati mjerljiv utjecaj na poslovne rezultate.

“U hotelijerstvu nije dovoljno napraviti vizualno lijep web. On mora biti brz, višezječan, povezan s rezervacijskim i loyalty sustavima te sposoban pratiti cijeli put korisnika.” rekao je Dudić.

Klijenti, dodaje, žele nadzor nad vlastitim podacima, manju ovisnost o vanjskim distribucijskim platformama

i određenije odgovore na pitanja koja izravno utječu na prihode.

Žele znati na kojem dijelu rezervacijskog postupka gosti najčešće odustaju, koje ponude postižu najbolju konverziju, kakav učinak imaju pojedini izvori prometa te postoji li prostor za povećanje broja izravnih rezervacija.

To je posebno važno u hotelijerstvu, u kojem velik dio prodaje prolazi kroz globalne online turističke agencije. One hotelima osiguravaju doseg i vidljivost, ali im istodobno naplaćuju provizije i zadržavaju znatan dio odnosa s gostom.

Povećanje izravne prodaje zato ne znači nužno potpuno napuštanje posredničkih platformi, nego uspostavljanje ravnoteže u kojoj hotel raspolaže vlastitim podacima, gradi odnos s gostom i zadržava veći dio prihoda od rezervacije.



“Promijenila se i uloga tehnološkog partnera. Više nije dovoljno isporučiti projekt i završiti suradnju, nego se očekuje stalna analiza podataka i optimizacija prodajnih kanala.” — istaknuo je Dudić.

Hrvatsko hotelijerstvo kao razvojni laboratorij

Premda sve veći dio prihoda dolazi s međunarodnih tržišta, hrvatsko tržište imalo je ključnu ulogu u razvoju tvrtke.

Suradnja s domaćim hotelima i turističkim grupacijama BID Grupa je omogućila stjecanje znanja koje se teško može razviti samo kroz softverske projekte izvan industrijskog konteksta.

Hrvatsko hotelijerstvo kombinira sezonalnost, velik broj stranih gostiju, različite prodajne kanale, više jezika i valuta te izraženu konkurenciju između destinacija i smještajnih objekata. Upravo ga to čini zahtjevnim, ali i korisnim tržištem za razvoj i testiranje novih tehnoloških rješenja.

“Hrvatsko tržište iznimno nam je važno, jer je kroz suradnju s domaćim hotelskim grupacijama nastao velik dio našeg hospitality znanja. Hrvatska ima razvijenu turističku industriju i visoka očekivanja gostiju, pa je odlična baza za razvoj i dokazivanje rješenja.” — rekao je Dudić.

Takvo znanje važno je i za šire hrvatsko gospodarstvo. Turizam i dalje čini velik dio hrvatskog izvoza usluga, ali rast prihoda ne može se dugoročno oslanjati samo na veći broj dolazaka i više cijene smještaja.

Tehnologija koja hotelima pomaže povećati udio izravnih rezervacija, kvalitetnije analizirati potražnju i automatizirati prodajne procese može povećati produktivnost sektora bez proporcionalnog povećanja broja zaposlenih ili smještajnih kapaciteta.

Istodobno, razvoj domaćih tehnoloških tvrtki usmjerenih na turizam znači da se dio vrijednosti, koji bi inače završio kod stranih softverskih i distribucijskih platformi, može zadržati u Hrvatskoj.

Dudić ipak naglašava da ambicija BID Grupe nije ograničena na domaće tržište.

“Europsko tržište već je naša sadašnjost, s aktivnim projektima i referencama. No našu platformu gradimo za globalno tržište: za međunarodne gru-

pacije, velik broj objekata, različite jezike, valute i regulatorne zahtjeve. Hrvatska i Europa su baza iz koje gradimo proizvod i reference, a sljedeći korak je globalno skaliranje.” — rekao je.

Najveći izazov nije cijena, nego povjerenje

Za hrvatsku tehnološku tvrtku koja izlazi na međunarodno tržište, najveći izazov, prema Dudiću, nije nužno pronaći klijenta, nego izgraditi povjerenje.

Hotelske internetske stranice i rezervacijski sustavi izravno su povezani s prihodima, osobnim podacima gostiju, platnim procesima i reputacijom brenda. Hotel stoga mora biti siguran da tehnološki partner razumije njegovo poslovanje i može održavati sustav tijekom više godina.

“Na međunarodnom tržištu nije dovoljno imati dobru tehnologiju. Klijent mora vjerovati da razumijete njegovo poslovanje i da možete dugoročno podržavati sustav izravno povezan s prihodima.” — rekao je.

Strategija izlaska na strana tržišta zato, prema njegovim riječima, ne smije počivati na pokušaju da hrvatska tvrtka bude najjeftiniji ponuđač.

“Odgovor nije biti najjeftiniji, nego rješavati konkretan problem bolje od drugih.” — istaknuo je.

Kako bi formalizirala interne procese i povećala vjerodostojnost pred velikim klijentima, BID Grupa certificirala se prema standardima ISO 9001, ISO 27001 i ISO 27701. Riječ je o standardima koji se odnose na upravljanje kvalitetom, informacijsku sigurnost te upravljanje privatnošću podataka.

Tvrtka je pokrenula i Connecting the Dots, zatvoreno okupljanje namijenjeno donositeljima odluka iz hotelske industrije.

“Povjerenje se najbrže gradi kad ljude posjednete za isti stol. Kad klijent vidi da dubinski razumijete industriju, to što dolazite iz Hrvatske prestaje biti ograničenje.” — rekao je Dudić.

Umjetna inteligencija mijenja i prodaju i arhitekturu weba

Sljedeća velika promjena za hotelijerstvo neće se, prema njegovu mišljenju, odnositi samo na automatizaciju postojećih poslova. Umjetna inteligencija promijenit će način na koji gosti pretra-

žuju, uspoređuju i rezerviraju smještaj.

BID Grupa primjenjuje AI na tri razine. Prva je interna, gdje AI agenti zaposlenicima pomažu pri razvoju softvera, izradi dokumentacije, analizama i operativnim procesima.

Druga razina odnosi se na alate koje koristi hotel. Umjetna inteligencija može pomoći u upravljanju sadržajem, analizi prodajnih rezultata i prepoznavanju dijelova rezervacijskog postupka koje treba poboljšati.

Treća razina uključuje samog gosta, odnosno prilagodbu hotelskih internetskih stranica i rezervacijskih sustava svijetu u kojem će dio pretraživanja i kupnje obavljati osobni AI agenti.

“Ne gledamo AI kao cilj sam po sebi, nego kao priliku novog doba kojem se poslovanje mora prilagoditi.” — rekao je Dudić.

Dosadašnji digitalni prodajni proces oblikovan je za korisnika koji sam otvara tražilicu, pregledava više hotela, uspoređuje cijene, bira sobu i završava rezervaciju.

U takozvanom agentičkom okruženju korisnik će AI sustavu moći opisati destinaciju, raspoloživi budžet, željenu vrstu smještaja, dob djece, potrebu za parkingom, kućnim ljubimcem ili posebnim sadržajima. Agent će zatim analizirati ponude i predložiti opcije koje najbolje odgovaraju zadanim kriterijima.

“Sljedeći korak je da agent, uz dopuštenje korisnika i odgovarajuće sigurnosne standarde, odradi i samu rezervaciju.” — rekao je.

BID Grupa zato priprema prve MCP distribucije kojima bi web-stranice hotelskih grupacija trebale postati prilagođene komunikaciji s osobnim AI agentima, primjerice sustavima kao što su ChatGPT ili Claude.

MCP, odnosno Model Context Protocol, omogućuje AI sustavima strukturiran pristup vanjskim izvorima podataka i funkcijama. U hotelskom kontekstu to znači da agent može razumjeti ponudu soba, dostupnost, cijene, pravila otkazivanja i dodatne usluge, umjesto da informacije pokušava izdvojiti iz klasične internetske stranice namijenjene ljudskom korisniku.

“AI ne mijenja samo način rada, nego arhitekturu odnosa između gosta, hotela i tehnoloških platformi.” — ocjenjuje Dudić.

Takav razvoj mogao bi ponovno otvoriti pitanje nadzora nad distribucijom.



FOTO: BID GRUPA

Igor Dudić, CEO BID Grupa

Ako osobni AI agenti postanu glavno mjesto na kojem korisnici traže smještaj, hoteli će morati osigurati da su njihove ponude tehnički dostupne, strukturirane i razumljive tim sustavima.

U suprotnom bi se mogla stvoriti nova vrsta ovisnosti o platformama, slična današnjoj ovisnosti o velikim internetskim turističkim agencijama i tražilicama.

Enterprise tehnologija za manje hotele

Specijalizacija omogućuje BID Grupi i širenje prema novim tržišnim segmentima. Jedan od novijih proizvoda je Lauris by BID, booking widget namijenjen nezavisnim hotelima i manjim hotelskim grupacijama.

Zamisao je tehnologiju razvijenu za velike sustave učiniti dostupnom tvrtkama koje nemaju njihove financijske, tehničke i kadrovske kapacitete.

“Tvrtkama koje nemaju mogućnosti velikih grupacija, daje pristup enterprise alatima za izravnu prodaju, uz jednostavnu implementaciju.” — objasnio je Dudić.

Prema njegovim riječima, proizvod je u prvim mjesecima privukao zanimanje hotela na svim tržištima u regiji.

Takav model važan je i za Hrvatsku, čiju turističku ponudu, uz velike grupacije, čini velik broj manjih i neovisnih hotela. Oni se često suočavaju s istim tehnološkim i distribucijskim izazovima kao veliki sustavi, ali nemaju vlastite razvojne timove ni proračune za složene projekte.

“To je za nas potvrda modela: znanje i tehnologiju razvijene na velikim sustavima skaliramo na nove segmente i tržišta.” — rekao je.

U sljedećih nekoliko godina cilj tvrtke je pozicioniranje među globalnim pružateljima tehnologije za hotelsku industriju.

Dudić budućnost vidi u integriranom tehnološkom okruženju u kojem hotel jednostavnije upravlja prodajom, sadržajem i podacima, dok gost smještaj može pronaći i rezervirati preko bilo kojeg uređaja ili platforme, uključujući vlastitog AI agenta.

“Nastavit ćemo ulagati u razvoj novih tehnologija i proizvoda te u današnjoj tehnološkoj revoluciji iskoristiti sve što ona nudi kako bismo klijentima unaprijedili i olakšali poslovanje.” — zaključio je Dudić.

 TEUTA FRANJKOVIĆ

Bartulović-Puljić projektiranje

PROJEKTIRANJE NADZOR



Splitska Ulica 2
21420 Bol

+385 99 4699 055
+385 98 892 068

bartulovic0312@gmail.com
www.bartulovic-puljic.com



CEREBELLUM POLIKLINIKA

Ulica braće Radić 63, 42000 Varaždin
+385 42 302 071, +385 99 3329 131
info@cerebellumpoliklinika.hr
www.cerebellumpoliklinika.hr



FIZIKALNA TERAPIJA
REHABILITACIJA
ORTOPEDIJA
TRAUMATOLOGIJA
TRETMANI LICA



VENTFAS

VENTILIRANE FASADE

Matije Gupca 8 40317 Podturen
+385 98 240 097
+385 99 411 1178
ventfas@ventfas.hr
www.ventfas.hr





GRADISAN

KOMPLETNI GRAĐEVINSKI RADÓVI

Goranska 24, Zagreb

091/6127-925

info@gradisan.hr
www.gradisan.hr

Iskusan partner s kvalitetnim rješenjima



**R.S.
PROJECT**
POSREDOVANJE U PRODAJI

Istarska 20 52465 Tar
0917250229
radojkovic68@gmail.com



EL-RO MONT

Pristava 146, 49290 Pristava
098/ 176 55 34
7tomica@gmail.com

Instalacije
vodovoda,
kanalizacije
i plina

Instalacije
za grijanje i
klimatizaciju



GOOGLE UVODI PROVJERU MAHANJEM PRED KAMEROM KAKO BI RAZLIKOVAO LJUDE OD BOTOVA

Google testira novi način provjere korisnika na internetu, u kojem će ljudi morati mahnuti pred kamerom računala kako bi dokazali da nisu botovi.

Riječ je o novom koraku u dugotrajnoj borbi između vlasnika internetskih stranica i automatiziranih botova koji pokušavaju pristupiti web-stranicama zbog napada, masovnog stvaranja računa, slanja neželjenog prometa ili drugih zloupotreba.

Mnoge stranice već koriste sustave poput CAPTCHA-e, kako bi provjerile je li posjetitelj stvarna osoba. No kako botovi postaju sve napredniji, tradicionalni načini provjere postaju sve manje pouzdani. Starije verzije CAPTCHA-e, koje su od korisnika tražile prepoznavanje slova i brojeva, sve teže razlikuju ljude od automatiziranih sustava.

Zbog toga su Google i druge tehnološke kompanije posljednjih godina uvodili nove vrste provjera, uključujući prepoznavanje objekata na slikama ili pomicanje oblika u prostoru. Najnoviji Googleov test ide korak dalje i uključuje korištenje kamere.

Prema informacijama objavljenima na Googleovoj stranici za pomoć, novi sustav od korisnika može zatražiti izvođenje određenih radnji ili gesti rukom. Kamera tada prati dijelove ruke kako bi procijenila je li riječ o stvarnoj osobi, a ne primjerice o AI-generiranom videu ili drugom pokušaju zaobilazanja provjere.

Google naglašava da korisnici moraju sami omogućiti značajku provjere gestom ruke i dati izričit pristup kameri. Pristup se kasnije može opozvati. Tvrtka navodi i da se videozapisi ne povezuju s konkretnim korisnikom te se brišu nakon provjere.

Za korisnike koji zbog pristupačnosti ne mogu koristiti geste rukom, reCAPTCHA će i dalje nuditi vizualne i audio izazove. Google također najavljuje razvoj dodatnih sigurnih i pristupačnih alternativa.

Novi test pokazuje koliko se brzo mijenja utrka između sigurnosnih sustava i automatiziranih botova. Kako umjetna inteligencija postaje sposobnija stvarati uvjerljive slike, videozapise i ponašanja, internetske provjere sve se više sele iz klasičnih tekstualnih zadataka prema biometrijskim i ponašajnim signalima.

HRVATI PLAĆAJU HRANU, OBUĆU, KUĆANSKE APARATE I KOMUNIKACIJSKE USLUGE VIŠE OD EUROPSKOG PROSJEKA

U prošloj godini razina cijena za kućanstva u pojedinim kategorijama potrošnje osjetno je varirala u različitim zemljama članicama Europske unije (EU).

Tako je najveću opću razinu cijena za kućanstva imala Danska, s brojkom od 40 posto iznad prosjeka EU-a, dok je najnižu brojku imala Bugarska, budući da su u toj zemlji cijene bile na 63 posto tog prosjeka.

Nakon Danske po visini ukupnih cijena za kućanstva ističe se Irska, gdje iznose 36 posto iznad EU prosjeka, a zatim Luksemburg s 32 posto.

Na dnu ispred Bugarske je Rumunjska, na 65 posto prosjeka, a onda Poljska, na 73 posto.

Hrvatska nije daleko od dna, jer se cijene nalaze na 78 posto EU prosjeka, jednako kao u Mađarskoj. U Sloveniji su na 89 posto.

U eurozoni pak su tri posto iznad tog prosjeka.

Što se najvećih EU gospodarstava tiče, najniže cijene za kućanstva općenito ima Španjolska, s brojkom od 92 posto prosjeka EU-a. Slijedi Italija, koja je na 97 posto.

Njemačka ima cijene koje su osam posto iznad prosjeka, a u slučaju Francuske to je deset posto.

Najveća troškovna stavka za europska kućanstva je stanovanje i režije.

Tu je najskuplja Irska, gdje je ta vrsta troškova 90 posto iznad EU prosjeka. Te troškove najmanje plaćaju Bugari, odnosno 41 posto od prosjeka.

Hrvatska te troškove također ima na dosta niskoj razini od 48,1 posto prosjeka EU-a.

Troškovi stanovanja i režija su u jedanaest zemalja viši od europskog prosjeka.

U Sloveniji su na 74 posto prosjeka, a u Njemačkoj 14 posto iznad njega.

Druga najveća stavka su troškovi za hranu i bezalkoholna pića. Tu predvodi Luksemburg, gdje su te cijene 22 posto iznad prosjeka, a najniže su u Rumunjskoj, na 80 posto prosjeka.

U Hrvatskoj su ti troškovi 5,5 posto veći od prosjeka EU-a. U Sloveniji je to jedan posto iznad.

Zanimljivo je da su u Nizozemskoj cijene u toj kategoriji 0,6 posto ispod europskog prosjeka. Inače, samo osam zemalja EU-a ima ih na nižoj razini od prosjeka.

Što se cijena alkoholnih pića i duhana tiče, Hrvatska ih ima na 89,4 posto prosjeka EU-a. One su i u tom segmentu više nego u Sloveniji, gdje su na 87,5 posto prosjeka.

U vrhu je tu ponovno Irska, gdje su 103 posto iznad prosječnih EU cijena za tu vrstu robe.

U segmentu odjeće najskuplja je Danska, s cijenama 32 posto višim od europskog prosjeka.

U Hrvatskoj su 6,8 posto niže od prosjeka, a u Sloveniji 2,1 posto.

I obuću najskuplje plaćaju Danci, i to 27,1 posto više nego što je prosjek EU-a.

Hrvati također plaćaju obuću nešto skuplje od prosjeka, odnosno 1,1 posto, a Slovenci 3,6 posto više.

U cijenama energije najskuplja je Njemačka. Tamošnje stanovnike ona stoji 22,4 posto više nego što je europski prosjek.

Očekivano, Hrvatima su troškovi energije bitno niži i nalaze se na 58,4 posto prosjeka, dok su u Sloveniji na 76,9 posto.

Za pokušstvo najviše moraju izdvajati Maltežani. Kupnja namještaja ih stoji 28,8 posto više nego prosječnog Europljanina.

Hrvatska je i tu ispod europskog prosjeka, i to na 87,5 posto. Slovenija jest nešto skuplja, no ipak su i tamo cijene namještaja niže od prosjeka, na brojci od 96,3 posto.

Kućanski aparati najviše stoje Danci, 35,8 posto iznad prosjeka, a najmanje Latvijci, 9,5 posto ispod prosjeka.

Hrvati ih plaćaju 8,6 posto iznad prosjeka, dok je u Sloveniji to 2,1 posto.

Iznad europskog prosjeka Hrvati plaćaju i za informatičku opremu, i to 6,8 posto. Slovence ona košta 8,7 posto iznad prosjeka, a najskuplja je u Francuskoj, gdje je 16,5 posto skuplja od prosjeka.

Automobile, odnosno sredstva za osobni prijevoz, ponovno najviše plaćaju Danci, i to 19,6 posto više od prosjeka.

U Hrvatskoj su automobili 4,6 posto jeftiniji od prosječne razine za EU, a u Sloveniji je to čak 9,5 posto.

Usluge prijevoza su isto tako najskuplje u Danskoj, gdje iznose 58,9 posto više nego što je to ukupno u EU.

Hrvatska ih ima 15,5 posto nižima od EU prosjeka, a Slovenija 0,3 posto iznad prosjeka.

U Njemačkoj su, recimo, 17,6 posto iznad prosjeka, dok su automobili tek 1,6 posto skuplji u odnosu na prosjek.

Kod cijena komunikacijskih usluga na vrhu je Belgija, čiji građani ih plaćaju 46,3 posto više nego što je prosjek za Europsku uniju.

Hrvati ih plaćaju 8,8 posto više, a Slovenci 10,5 posto više.

Konačno, za usluge restorana i hotela najviše izdvajaju ponovno Danci, gdje su one 42 posto skuplje nego što je europski prosjek.

U Hrvatskoj su 10,4 posto ispod prosjeka EU-a dok je u Sloveniji to 13,4 posto.



drvo prom

Rakitovec 244
10410 Turopolje
e-mail:
info@drvoprom.hr

01/ 6255 501
099/ 2520 896

TVORNICA BRIKETA I PILANA




BAS
BUDUĆNOST MONTAŽE

Sveta Helena 76, Križevci
+385 (0)99 736 3 142
+385 (0)99 280 00 90

MONTAŽA
INDUSTRIJSKE
OPREME

ODRŽAVANJE
POSTOJEĆIH POGONA

RAZLIČITE VRSTE
ZAVARIVANJA




basmontaza@gmail.com
www.b-a-s.hr





KER.VIN.

Nadin 109, 23420 Nadin
098 429 111
tomislav.glavic1@gmail.com
www.ker-vin.hr
f KER-VIN





ZLATNE RUKE

Vesna Plavšić

— zdravstvena njega
— fizikalna terapija
— sanitetski prijevoz
— masaže
— savjetovašta
— medicinska pomagala

Fojbon 5, 52100 Pula
+385 (98) 939 1651
info@zlatneruke.hr
www.zlatneruke.hr

zdravstvena njega
+385 (52) 505 884
njega@zlatneruke.hr

fizikalna terapija
+385 (52) 382 633
fizikalna@zlatneruke.hr

sanitetski prijevoz
DEŽURNI 24/7
+385 (98) 32 32 11

masaže
+385 (99) 261 5705



GRUBIĆ D.O.O.

KOMPLETNE KNJIGOVODSTVENE
I RAČUNOVODSTVENE USLUGE



Vitezićeva 60
10000 Zagreb
0989345999
vesna.grubic@inet.hr

SVE ZA NAMJEŠTAJ PO MJERI
Furnir



REZANA GRADA
DRVNA GALANTERIJA
OKOVI
DRVNI PLOČASTI MATERIJALI

Heinzlova 34, Zagreb
016391000
furnir@furnir.hr
www.furnir.hr