

Sveučilište u Zagrebu
Prirodoslovno-matematički fakultet
Geografski odsjek

Lucijan Černelić

**POMJENE U PROSTORNOJ ORGANIZACIJI I STRUKTURI POSLOVNIH
FUNKCIJA ILICE (2005. – 2021.)**

U Zagrebu, 24. lipnja 2021.

Ovaj rad izrađen je na Geografskom odsjeku Prirodoslovno-matematičkog fakulteta u Zagrebu pod vodstvom izv. prof. dr. sc. Martine Jakovčić i predan je na natječaj za dodjelu Rektorove nagrade u akademskoj godini 2020./2021.

SADRŽAJ

1. UVOD.....	1
2. SUVREMENI PROCESI U ZAGREBAČKOJ JEZGRI	2
2.1. Sitifikacija.....	2
2.2. Tranzicijske promjene	3
2.3. Revitalizacija gradskih središta	4
3. METODOLOGIJA.....	6
4. REZULTATI I RASPRAVA	7
4.1. Struktura poslovnih funkcija	7
4.2. Prostorni razmještaj poslovnih funkcija.....	13
5. ZAKLJUČAK.....	19
LITERATURA.....	20
IZVORI	22
SAŽETAK.....	23

1. UVOD

Ilica je glavna trgovačka ulica Zagreba. Predstavlja okosnicu tradicionalne poslovne zone i smatra se jednim od simbola grada. Međutim, status koji je Ilica uživala tijekom 20. stoljeća promijenjen je uslijed gospodarske i društvene tranzicije 1990-ih godina. Tradicionalne trgovačke i uslužne funkcije Ilice suočene su s konkurencijom od strane novih oblika potrošnje, poput trgovačkih centara i hipermarketa, „uvezenih“ iz Zapadne Europe i Angloamerike nakon pada socijalizma. Neki su poslovni objekti zatvoreni i prepušteni propadanju, dok se neki uspješno prilagođavaju novim uvjetima na tržištu. U ovakvoj situaciji postavlja se pitanje o tome koji ekonomskogeografski procesi oblikuju suvremenu funkcionalno-prostornu strukturu Ilice.

Cilj ovog rada je proučiti strukturu i prostorni razmještaj poslovnih funkcija koje čine tradicionalnu ekonomsku bazu Ilice: trgovine na malo, obrta, ugostiteljskih objekata te osobnih, profesionalnih i financijskih usluga. Podatci o ovim funkcijama, prikupljeni terenskim istraživanjem, uspoređeni su s rezultatima prijašnjih istraživanja i interpretirani u sklopu geografskih teorija o sitifikaciji, postsocijalističkom gradu i revitalizaciji gradskih središta. Kartiranjem je replicirano istraživanje Jakovčić (2006), u okviru kojeg su prikupljeni podatci o strukturi i lokacijama poslovnih objekata u Ilici. Središnji dio ovog istraživanja čini usporedba dobivenih podataka sa situacijom iz 2005. godine. U interpretaciji promjena u strukturi i razmještaju funkcija koje su se na Ilici dogodile tijekom 16-godišnjeg perioda između ovih dvaju istraživanja, polazimo od sljedećih pretpostavki:

- 1) udio zatvorenih poslovnih objekata se smanjio;
- 2) došlo je do diverzifikacije poslovnih funkcija;
- 3) apsolutni broj poslovnih objekata, otvorenih i zatvorenih, se smanjio;
- 4) dolazi do nejednakog razvoja uličnih i dvorišnih dijelova zgrada.

U prvom dijelu rada bit će razmotren ekonomskogeografski kontekst Ilice s osvrtima na njezinu funkciju trgovačke ulice, zatim na posttranzicijski razvoj Zagreba te na kraju, mogućnosti urbane revitalizacije. U drugom će dijelu biti predstavljeni i protumačeni rezultati istraživanja.

2. SUVREMENI PROCESI U ZAGREBAČKOJ JEZGRI

2. 1. Sitifikacija

Pojam sitifikacije označava procese funkcionalne transformacije dijela grada pri kojemu se u njemu koncentriraju funkcije karakteristične za središnju poslovnu zonu (engl. *central business district, CBD* ili *City*), uz istovremeno slabljenje stambene funkcije (Vresk, 1976). Takve promjene, u većoj ili manjoj mjeri, obilježavaju razvoj svih modernih gradova. Objašnjenje te pojave temelji se na analizi faktora lokacije djelatnosti u gradu. Za pojedine djelatnosti od velike je važnosti smještaj na centralnoj lokaciji, koja je dostupna najvećem mogućem broju gradskog stanovništva. Najzorniji primjer takvih funkcija su prodavaonice specijaliziranom robom za dugoročne potrebe, kao što su odjeća, nakit i kućanski aparati, čiji opstanak ovisi o privlačenju potrošača sa širokog geografskog područja, što pak dovodi do njihove koncentracije u centralnoj zoni grada. Takvi su objekti u stanju plaćati visoke cijene za poslovni prostor sa što povoljnijim smještajem pa na taj način istiskuju druge, manje profitabilne funkcije. Mnogi stanovi bivaju prenamijenjeni u uredske i poslovne prostore, zbog čega slabi stambena funkcija centra. Na taj se način u funkcionalno-prostornoj strukturi grada oblikuje područje intenzivne koncentracije specifičnih funkcija, koje uključuju trgovinu na malo, upravu, osobne i profesionalne usluge, kulturne ustanove i uredske prostore (Vresk, 2002; Pacione, 2009).

Proces sitifikacije središta Zagreba uočio je Vresk (1976) još tijekom 1970-ih. U to vrijeme utvrđeno je smanjenje broja stanovnika u centru grada, što se čini paradoksalnim ako se uzme u obzir da je to razdoblje snažne imigracije u Zagreb i nestašice stanova (Vresk, 1976; 1986). Kartiranjem prodavaonica 1972. godine, Vresk (1976) utvrđuje njihovu snažnu koncentraciju u središnjoj zoni koju čine Ilica između Britanskog trga i tadašnjeg Trga Republike te okolne ulice i trgovi: Jurišićeva, Cvjetni trg, Bogovićeva, Teslina, Preradovićeva, Masarykova i druge. Primijećene su i koncentracija uredskih prostora i profesionalnih usluga te velik broj pješaka i automobila koji tom dijelu grada daju živ i intenzivan karakter.

Postoji nedostatak istraživanja o sitifikaciji centra Zagreba nakon sredine 1980-ih. Do pouzdanih zaključaka o nastavku ovog procesa moglo bi se doći jedino analizom demografskih podataka na najnižoj mogućoj prostornoj razini, a takvo istraživanje nadilazi obuhvat ovog rada. Međutim, može se opravdano pretpostaviti kako se sitifikacija nastavila i u 1990-ima i 2000-ima zbog komercijalizacije gradske jezgre uslijed ekonomske tranzicije, što se zaista i dogodilo u mnogim drugim postsocijalističkim gradovima Europe (Sýkora i Bouzarovski, 2011).

2. 2. Tranzicijske promjene

Zagreb nakon 1990. godine obilježavaju procesi koji su karakteristični za većinu postsocijalističkih gradova Istočne i Srednje Europe, a koji proizlaze iz liberalizacije političkog i ekonomskog sustava te pojačanih utjecaja iz Zapadne Europe i angloameričkog svijeta. Industrija, tradicionalna ekonomska baza socijalističkih gradova, u trenutku uključivanja u zapadno tržište već je zastarjela pa propada te ju na mjestu temeljne djelatnosti zamjenjuje tercijarni sektor - trgovina na malo, financije, nekretnine, telekomunikacije itd. Dolazi do komercijalizacije povijesne jezgre grada, koja nakon liberalizacije tržišta nekretnina postaje vrlo vrijednom. U njoj se koncentriraju nove upravne i poslovne funkcije. Obnavljaju se stare zgrade, na slobodnim se parcelama i *brownfield* zemljištima grade poslovni i trgovački centri. U mnogim gradovima dolazi do gentrifikacije (Dimitrovska Andrews, 2005). Negativne posljedice ovakvog razvoja uključuju slabljenje stambene funkcije, narušavanje povijesne baštine i identiteta te pojavu prometnih problema, a sve one uvelike proizlaze iz slabljenja prostornog planiranja i stihijskog urbanog razvoja (Dimitrovska Andrews, 2005).

Poslovne funkcije gradskog središta također doživljavaju velike promjene. Za vrijeme socijalizma u mnogim gradovima postoje privatne prodavaonice, ali one su male i tržište je nestabilno. Nakon 1990-ih zbog liberalizacije tržišta nekretnina rastu cijene najma u centru te dolazi do izmještanja malih objekata, pogotovo nespecializiranih prodavaonica koje zadovoljavaju potrebe lokalnog stanovništva. Novi poslovni objekti u centru često su lanci u stranom vlasništvu koji ispunjavaju dugoročne potrebe stanovništva višeg statusa i turista (Nagy, 2001).

U Zagrebu, kao i u drugim tranzicijskim gradovima, dolazi do preraspodjele odnosa moći u gradskom prostoru. Utjecaj prostorno-planerske struke značajno je smanjen, a glavnim čimbenikom razvoja grada postaje privatni kapital (Sić, 2007; Prelogović i dr., 2016). Utjecaj velikih investitora je jasno vidljiv u području trgovine na malo, što je imalo značajan utjecaj na razvoj Ilice. Liberalizacija hrvatskog tržišta, rast kupovne moći stanovnika Zagreba i novi zahtjevi potrošača privukli su strane investitore i potakli domaće na izgradnju trgovačkih centara i hipermarketa prema uzoru na zapadne države. Prvi je trgovački centar u Zagrebu otvoren 1994. godine, a od tog se trenutka novi centri kontinuirano otvaraju. Lukić i Jakovčić (2004) razlučuju dvije kategorije trgovačkih centara u Zagrebu. Prvoj pripadaju centri otvoreni u središtu grada. Pojavili su se najranije (Importanne Centar, Importanne Galleria, Kaptol Centar), uglavnom su izgrađeni na *brownfield* zemljištima te su uz poslovne funkcije često imali i funkciju stanovanja. Stanovništvo od početka percipira centre u središtu grada ne samo kao mjesta opskrbe, nego za posjetitelje imaju i funkcije okupljanja i rekreacije. Zbog toga

predstavljaju svojevrsnu alternativu, a možda i konkurenciju tradicionalnom gradskom centru, kojeg obilježava slična izmiješanost funkcija potrošnje i rekreacije (Lukić i Jakovčić, 2004). Drugi tip centara se gradi izvan jezgre Zagreba, uz glavne prometnice. Uslijed porasta stope automobilizacije, takve lokacije postaju prometno dostupnijima od same gradske jezgre (Jakovčić, 2006; Pacione, 2009). Površina ovih centara je veća te je ponuda trgovina i usluga raznovrsnija, a sve više jača i njihova funkcija okupljanja i rasonode (Mak i Jakovčić, 2020). Ovakvi su centri vrlo privlačni za potrošače zbog praktičnosti kupovine te njihova konkurencija predstavlja velik izazov za poslovne objekte u tradicionalnom gradskom središtu.

Pod utjecajem novih ekonomskogeografskih procesa dolazi do određenih promjena u funkcionalnoj usmjerenosti centra koje relativno rano postaju vidljive. Istraživanjem Jakovčić (2006) su uočene promjene u strukturi trgovine na malo u Ilici. Dolazi do zatvaranja obrta i nezavisnih prodavaonica te otvaranja sve većeg broja trgovačkih lanaca i stranih brandova. Usprkos slabljenju nekih tradicionalnih djelatnosti, centar Zagreba zbog svoje lokacije, izgleda, kulturnog značaja i identiteta ipak ostaje atraktivnim područjem za smještanje različitih djelatnosti, poput ureda, uprave i kulturnih institucija (Ričković, 1998; Prelogović i dr., 2016). Sve više jača usmjerenost na ugostiteljstvo i turizam. Neke ulice, poput Bogovićeve i Tkalčičeve se funkcionalno diferenciraju kao ugostiteljske ulice (Ričković, 1998). Godišnji broj turističkih dolazaka u Gradu Zagrebu se između 2005. (550 000 dolazaka) i 2019. (1 454 000 dolazaka) više nego udvostručio (Ministarstvo turizma i sporta, 2006; Grad Zagreb, 2020), zbog čega proces turistifikacije ostavlja sve veći trag u prostoru.

2.3. Revitalizacija gradskih središta

Tradicionalni centri europskih gradova nemaju samo ekonomsku važnost koja proizlazi iz koncentracije određenih funkcija; oni su važni za stanovnike grada i na simboličkoj razini. Odlikuje ih poseban identitet koji proizlazi iz povijesne tradicije i specifičnog intenzivnog korištenja prostora. To je područje na kojem se isprepliću stanovanje, poslovne djelatnosti, zabava, trgovina, javne i kulturne institucije, povijesna baština, spomenici i javne površine. Ono što gradskom središtu zaista daje život, oblikuje identitet i osjećaj mjesta je korištenje prostora od strane mnogobrojnih i raznolikih aktera. Međutim, zbog izmještanja tradicionalnih poslovnih djelatnosti iz centra, koje u različitoj mjeri pogađa sve europske gradove, javlja se neravnoteža u funkcionalnoj strukturi. Redoviti posjetitelji u gradskoj jezgri sve je manje, što dovodi do slabljenja drugih funkcija koje su ovisile o intenzivnom pješačkom prometu, fizičkog propadanja građevina i infrastrukture te iseljavanja stanovništva. Usprkos tome, gradske jezgre

zadržavaju kulturno i simboličko značenje, zbog čega se provode mnogi pokušaji njihovog oživljavanja.

Neki od tih pokušaja proizlaze iz privatnih, poduzetničkih inicijativa. Investitori uviđaju potencijalnu vrijednost zemljišta u centru te obnavljaju stare zgrade ili grade nove na zapuštenom zemljištu te u njih smještaju poslovne objekte i stanove višega statusa. Iako takve inicijative mogu uspješno vratiti život u zapuštene dijelove grada, nerijetko dovode do procesa elitizacije i gentrifikacije. Ti su procesi česti u središtima tranzicijskih gradova, gdje do njih dolazi zbog snažnog socijalnog raslojavanja uslijed liberalizacije tržišta. Proces gentrifikacije je kontroverzan; s jedne strane, pridonosi obnovi zapuštenih dijelova gradskog prostora i unaprjeđenju infrastrukture, zbog čega se može smatrati pozitivnim procesom, ali kritičari ističu kako dovodi i do privatizacije javnog prostora, socijalne deprivacije te narušavanja povijesne baštine i identiteta prostora (Sýkora i Bouzarovski, 2011).

Intervencija u svrhu održavanja vitalnosti centra može doći i od strane lokalnih vlasti. Među najpoznatijim primjerima takvih politika je kontrola lokacije trgovina kakva se provodi u nekim državama Zapadne Europe, primjerice u Ujedinjenom Kraljevstvu i Nizozemskoj. Prepoznajući važnost centralne poslovne zone za ekonomski i društveni život grada, vlasti ograničavaju otvaranje velikih maloprodajnih objekata na gradskoj periferiji (Guy, 1998; Spierings, 2006). Drugi tipovi intervencija uključuju obnovu zgrada i uređenje javnih površina u centru, izgradnju pješačkih zona, dodjelu poticaja poduzetnicima i stanarima te organizacija suradnje među akterima u prostoru – gradskim vlastima, stanarima, vlasnicima poslovnih objekata, obrtnicima, turističkim zajednicama i drugima (Balsas, 2000; Jakovčić, 2006). Za takve oblike planskog uređenja centra katkad se koristi analogija kojom se gradska jezgra uspoređuje s trgovačkim centrom na otvorenom, koji mora privući posjetitelje pomoću atraktivnog ambijenta te ponude potrošačkih i zabavnih aktivnosti. Kako bi se to postiglo, nužna je intervencija gradskih vlasti i planerskih institucija (Balsas, 2007; Tonković, 2015).

Glavni problemi Ilice se podudaraju s navedenim modelom funkcionalnog osiromašenja gradske jezgre. Mnogi obrti, prodavaonice i usluge propadaju uslijed promjena u obrascima potrošnje stanovništva, a ulica dugi niz godina doživljava populacijsko pražnjenje, dijelom zbog procesa sitifikacije, a dijelom zbog zastarijevanja i propadanja zgrada. Vjerojatno najvažnija inicijativa gradskih vlasti za ovaj prostor bilo je uređenje pješačke zone, koja prolazi dijelom Ilice i susjednih ulica oko Trga bana Jelačića i Cvjetnoga trga. Uređenje je počelo tijekom kasnih 1980-ih. Dotad asfaltirane ulice su popločene kamenom, zasađeni su drvoredi te je dodana oprema poput klupa i stupova javne rasvjete, a sve s ciljem humanizacije gradskog prostora. Obnova se pokazala vrlo uspješnom i rezultirala je povećanjem atraktivnosti tih dijelova centra kao mjesta okupljanja i provođenja slobodnog vremena, što se jasno vidi iz

izražene specijalizacije pojedinih ulica za ugostiteljske djelatnosti (Ričković, 1998). Međutim, ova je obnova zahvatila samo dio Ilice najbliži glavnom gradskom trgu. U drugim dijelovima ulice obnovu koče manjak interesa gradskih vlasti, nesređeni imovinsko-pravni odnosi te nedostatak suradnje između vlasnika zgrada i poslovnih objekata (Jakovčić, 2006).

Može se zaključiti kako Ilica ima potencijala za revitalizaciju - pretvaranje zapuštenih dijelova u živopisan urbani prostor. Odlikuje se centralnom lokacijom, simboličkom važnošću i velikim brojem posjetitelja u samoj ulici i okolnom gradskom prostoru. Dosadašnji rast kupovne moći građana i porast broja turista mogu poslužiti kao poticaj razvoju. Najveće prepreke predstavljaju nedostatak sustavne politike gradskih vlasti, nesređeni vlasnički odnosi te nedostatak poduzetnosti i suradnje među vlasnicima prostora.

Postavlja se pitanje dugoročnih posljedica potresa iz 2020. i krize uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19. One predstavljaju prijetnju, ali i priliku ukoliko posluže kao poticaj za nužne reforme. Velike štete koje su zgrade u Ilici pretrpjele zbog potresa ukazale su na potrebu njihove obnove. U svrhu rekonstrukcije građevina u dijelovima Hrvatske pogođenima potresom, donesen je zakon o obnovi i uspostavljen fond iz kojeg bi se ona trebala financirati. U trenutku pisanja ovog rada, obnova je i dalje u početnoj fazi. Njezin daljnji tijek bi mogao imati značajan utjecaj na strukturu poslovnih djelatnosti u Ilici. Restauracija zgrada u njihovom izvornom arhitektonskom stilu bi zasigurno povećala atraktivnost poslovnih objekata smještenih u njima, ali takva je restauracija kompleksna i skupa. Vrlo je vjerojatno da će neke zgrade biti iznova sagrađene uz primjenu suvremenih građevinskih standarda (Šavor Novak i dr., 2020). To će im, uz prestižnu lokaciju, znatno povećati atraktivnost kako za poslovne, tako i za stambene i druge funkcije, zbog čega bi predstojeća obnova mogla pokrenuti novi val promjena u strukturi poslovnih funkcija Ilice.

3. METODOLOGIJA

Kao područje istraživanja izabran je dio Ilice između njezinog početka na Trgu bana Jelačića te Britanskog trga (u nastavku samo Ilica). Taj je segment ulice izabran zato što ima najizraženije karakteristike središnje poslovne zone, odnosno najveću koncentraciju poslovnih funkcija. Također, ovakvim se odabirom omogućuje usporedba dobivenih podataka s dvama prethodnim istraživanjima: Jakovčić (2006) i Vresk (1976). Jakovčić (2006) je prilikom kartiranja čitave Ilice 2005. godine podijelila ulicu u četiri zone, od kojih se prva poklapa s područjem ovog istraživanja. Vresk (1976) je kartirao prodavaonice u čitavom centru Zagreba, a kao zapadnu granicu svog istraživanja izabrao je Britanski trg.

Kartiranjem su obuhvaćeni svi poslovni objekti u promatranom području koji imaju adresu na Ilici, uključujući i dvorišne zgrade. Prolaz ispod Iličkog nebodera te prolaz Oktogon također su obuhvaćeni kartiranjem zbog svoje adrese. Objekti su klasificirani sukladno metodologiji koju je primijenila Jakovčić (2006) kako bi dobiveni rezultati bili usporedivi. Bilježene su lokacije kako otvorenih, tako i zatvorenih objekata. Kartiranje je provedeno u između 22. i 26. travnja 2021. godine pomoću softvera ArcGIS Survey123. Kartirana je cijela dužina Ilice sve do Vrapča, ali za potrebe ovog istraživanja bit će analiziran samo početni dio ulice.

Protuepidemijske mjere koje su bile na snazi u vrijeme kartiranja su dopuštale rad prodavaonica, uslužnih objekata i ureda, uz ograničenja na broj osoba koje u isto vrijeme smiju boraviti u jednom prostoru. Ugostiteljski su objekti smjeli raditi na terasama i posluživati hranu i piće „za van“. Mnoge su zgrade u Ilici bile oštećene potresom iz ožujka 2020. godine. Zbog takvih okolnosti, postavilo se pitanje reprezentativnosti dobivenih podataka – koliko je poslovnih prostora, kartiranjem označenih kao zatvorenih, zapravo zatvoreno tek privremeno kao rezultat štete nastale zbog potresa ili krize uzrokovane pandemijom bolesti COVID-19? U svrhu stvaranja jasnije predodžbe o posljedicama pandemije i potresa, nastojao se utvrditi razlog zatvaranja objekata. Prema statusu, svaki je objekt svrstan u jednu od sljedećih kategorija: *otvoreno; nije moguće utvrditi; zatvoreno zbog pandemije COVID-19; zatvoreno zbog oštećenja izazvanih potresom te zatvoreno - ostalo*. U posljednjoj se kategoriji potencijalno nalaze objekti koji su zaista zatvoreni zbog potresa ili pandemije, no ako razlog zatvaranja nije eksplicitno bio istaknut na pojedinom objektu, on je klasificiran kao zatvoreno - ostalo.

Radi analize, dobiveni su podatci prikazani tablično i kartografski, i to na dvije prostorne razine: na razini cijelog istraživanog prostora te na razini pojedinačnih blokova zgrada. Izračunati su, kartografski prikazani i interpretirani osnovni statistički pokazatelji o strukturi i koncentraciji poslovnih funkcija te su dobiveni podatci uspoređeni s prijašnjim istraživanjima. Prostorni podatci iz istraživanja Jakovčić (2006) i Vresk (1976) su digitalizirani i uspoređeni s rezultatima kartiranja uz pomoć GIS softvera.

4. 4. REZULTATI I RASPRAVA

4. 1. Struktura poslovnih funkcija

Ukupno je kartirano 333 objekta, od čega je 250 otvorenih (75,1 %), a 83 zatvorena (24,9 %). Ukupan broj poslovnih prostora se od 2005. godine smanjio za 20. Broj zatvorenih objekata se povećao za šest, a broj otvorenih smanjio za 26 (tab. 1) To upućuje na zaključak da je 20

Tab. 1. Struktura otvorenih objekata na Ilici 2005. i 2021.

	2005.		2021.		Promjena	
	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)
Prodavaonice	178	64,5	154	61,6	-24	-2,9
Ugostiteljski objekti	14	5,1	23	9,2	9	4,1
Obrti	32	11,6	35	14,0	3	2,4
Financijske usluge	7	2,5	6	2,4	-1	-0,1
Osobne usluge	16	5,8	15	6,0	-1	0,2
Profesionalne usluge	29	10,5	17	6,8	-12	-3,7
Ukupno	276	100	250	100,0	-26	0,0
Zatvoreno	77	27,90	83,00	33,20	6	5,3

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

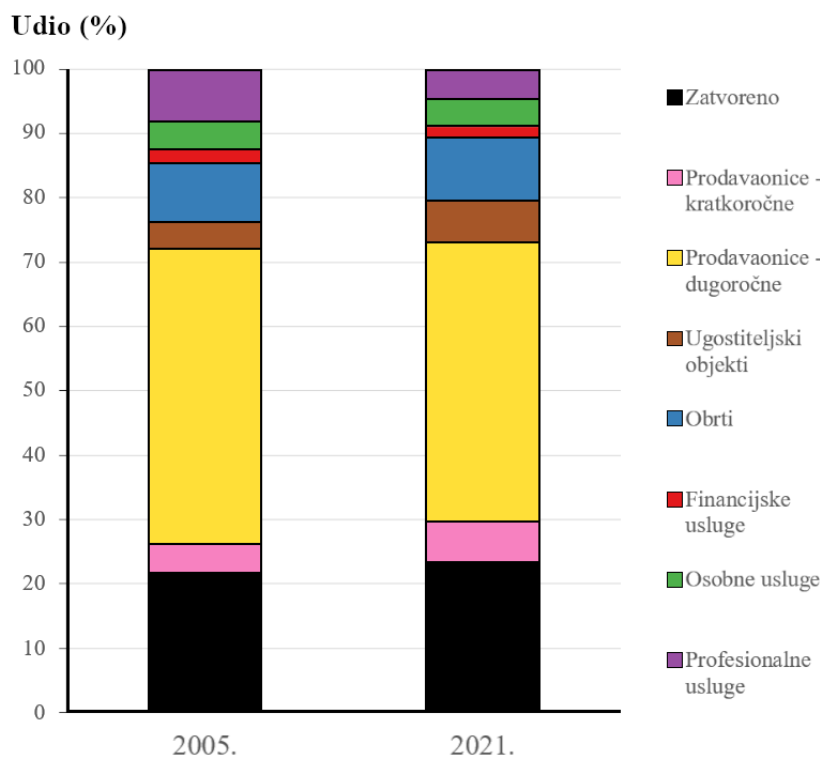
poslovnih prostora ili prenamijenjeno ili preuzeto od strane susjednih objekata. Takve se situacije mogu zamijetiti u dvorištima zgrada, pri čemu stari objekti služe kao skladišta obližnjim prodavaonicama i ugostiteljskim objektima ili bivaju pretvoreni u urede, stanove i apartmane.

Među otvorenim objektima (tab. 1), najveći udio imala je trgovina na malo (61,6 %), a slijedili su ju obrti (14 %) i ugostiteljstvo (9,2 %). Najmanji udio u promatranom dijelu Ilice imale su financijske usluge. Najveća apsolutna promjena u strukturi poslovnih funkcija je smanjenje broja prodavaonica, za čak 24, a zatim smanjenje broja profesionalnih usluga za 12. Apsolutni porast zabilježili su ugostiteljski objekti (+ 9) i obrti (+ 3). Najveću promjenu udjela (sl. 1) bilježe ugostiteljski objekti, čiji je udio u broju otvorenih objekata narastao za 4 %. Značajan rast udjela doživjeli su obrti, a značajno smanjenje bilježe profesionalne usluge i prodavaonice. Iz promjena strukture aktivnih poslovnih objekata možemo zaključiti da je došlo do stanovite diverzifikacije poslovnih funkcija, iako trgovina na malo i dalje dominira. Rast udjela ugostiteljskih objekata i obrta djelomično se može objasniti rastom potražnje za suvenirima i mjestima zabave do koje dolazi uslijed povećanja broja turista tijekom posljednjih godina.

Tab. 2. Struktura otvorenih i zatvorenih poslovnih objekata na Ilici 2005. i 2021.

	2005.		2021.		Promjena	
	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)
Otvoreno	276	78,2	250	75,1	-26	-3,1
Zatvoreno	77	21,8	83	24,9	6	3,1
Ukupno	353	100,0	333	100,0	-20	0,0

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje



Sl. 1. Struktura poslovnih objekata na Ilici 2005. i 2021.

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

Među prodavaonicama (tab. 3), najveći udio imale su prodavaonice odjeće, s čak 42,9 %, a slijedile su ih prodavaonice obuće (16,2 %), prehrambenih proizvoda (10,4 %) te parfumerije i drogerije (7,1 %). Najveći apsolutni porast utvrđen je kod prodavaonica prehrambenih proizvoda (+ 7), trgovina kućanskim proizvodima (+ 5) i pekarnica (+ 4). Najveće apsolutno smanjenje doživjele su prodavaonice odjećom (- 12), prodavaonice tehničkom robom (- 9) i prodavaonice obućom (- 7). Takve prodavaonice u pravilu se smještaju u trgovačke centre, a dinamična izgradnja trgovačkih centara u Zagrebu nakon 2005. zasigurno može objasniti dio ovih promjena. Zanimljivo je povećanje broja prodavaonica kratkoročnom robom (s 9 na 16), kao i njihovog udjela (s 8 % na 14 %). Takve prodavaonice u pravilu služe zadovoljavanju svakodnevnih potreba lokalnog stanovništva, zbog čega je nizak udio prodavaonica robe za kratkoročne potrebe u odnosu na prodavaonice za dugoročne potrebe često korišten kriterij za izdvajanje *cityja*, dijela grada specijaliziranog za trgovinu robom za potrebe posjetitelja iz šireg gradskog prostora (Vresk, 2002).

Kartiranjem iz 2005. godine utvrđen je očekivano mali udio prodavaonica kratkoročne robe, zbog čega uočeno povećanje iznenađuje. Ono nije u skladu s dosad uočenim procesima sitifikacije Zagreba. Velik dio tih prodavaonica je koncentriran u blizini Britanskog trga, na zapadnom kraju područja istraživanja (sl. 4), što možda objašnjava njihov porast. Na

Britanskom trgu je smještena tržnica (Tržnice Zagreb, 2011) te su okolne prodavaonice prehrambenih proizvoda s njom funkcionalno komplementarne. Oko Britanskog trga počinje prijelaz između poslovno orijentiranog centra grada i okolnih stambenih četvrti, za koje je Britanski trg jedno od mjesta opskrbe. Tipične nespecijalizirane trgovine svakodnevnim namirnicama su rjeđe. Mnoge od uočenih prodavaonica nude delikatese i ekološke proizvode, što upućuje na nove zahtjeve i socioekonomske karakteristike potrošača.

Tab. 3. Struktura prodavaonica u analiziranom području

	2005.		2021.		Promjena	
	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)
Prehrambeni proizvodi	9	5,1	16	10,4	7	5,3
Kiosk	2	1,1	2	1,3	0	0,2
Cvjećarna	4	2,2	0	0,0	-4	-2,2
Pekara	0	0	4	2,6	4	2,6
Ukupno kratkoročnih	15	8,4	22	14,3	7	5,9
Odjeća	78	43,8	66	42,9	-12	-0,9
Obuća	32	18,0	25	16,2	-7	-1,8
Sportska trgovina	4	2,2	3	1,9	-1	-0,3
Tehnika	10	5,6	1	0,6	-9	-5,0
Kućanski proizvodi	1	0,6	6	3,9	5	3,3
Knjižara/antikvarijat	6	3,4	4	2,6	-2	-0,8
Parfumerija/drogerija	8	4,5	11	7,1	3	2,6
Poklon trgovina	8	4,5	4	2,6	-4	-1,9
Nakit i torbe	2	1,1	4	2,6	2	1,5
Tekstil	2	1,1	0	0,0	-2	-1,1
Ljekarna	3	1,7	3	1,9	0	0,2
Građevinski materijal	0	0,0	1	0,6	1	0,6
Željeznarija	1	0,6	0	0,0	-1	-0,6
Robna kuća	3	1,7	1	0,6	-2	-1,1
Ostalo	5	2,8	3	1,9	-2	-0,9
Ukupno dugoročnih	163	91,6	132	85,7	-31	-5,9
Ukupno prodavaonica	178	100	154	100,0	-24	0,0

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

Podjednako iznenađuje pad broja prodavaonica odjećom. I dalje su više nego dvostruko brojnije od sljedećeg najbrojnijeg tipa prodavaonica, zbog čega se mogu smatrati temeljem trgovine na malo u Ilici. No zbog čega je moglo doći do tako izraženog pada u dosad vrlo uspješnoj grani trgovine? Među glavnim razlozima zasigurno je otvaranje prodavaonica u vlasništvu stranih lanaca u Ilici ili njezinoj blizini. Oni privlače potrošače prepoznatljivim brandom, niskim cijenama i vrlo aktivnim oglašavanjem, a tradicionalni mali i nezavisni butici ne mogu izdržati njihovu konkurenciju. Neki od popularnih lanaca prodavaonica odjeće koji su otvoreni u razdoblju između dvaju istraživanja su Zara i H&M (Babić, 2011; Zagreb Online, 2011). Potonji

Tab. 4. Struktura ostalih tipova poslovnih objekata u analiziranom području

	2005.		2021.		Promjena	
	Broj	Udio	Broj	Udio	Broj	Udio
Kafić/noćni klub	7	50	10	43,5	3	-6,5
Restoran	2	14,3	5	21,7	3	7,4
Slastičarnica	2	14,3	2	8,7	0	-5,6
Brza hrana	2	14,3	5	21,7	3	7,4
Ostalo	1	7,1	1	4,3	0	-2,8
Ukupno ugostiteljskih objekata	14	100	23	100,0	9	0,0
Postolar	4	12,5	4	11,4	0	-1,1
Krojač	2	6,3	2	5,7	0	-0,6
Zlatar	13	40,1	21	60,0	8	19,9
Kožar	3	9,4	1	2,9	-2	-6,5
Krznar	2	6,3	1	2,9	-1	-3,4
Klobučar	2	6,3	0	0,0	-2	-6,3
Bravar	2	6,3	3	8,6	1	2,3
Limar	1	3,1	0	0,0	-1	-3,1
Ostalo	3	9,4	3	8,6	0	-0,8
Ukupno obrta	32	100	35	100,0	3	0,0
Mjenjačnica	3	42,8	3	50,0	0	7,2
Banka	2	28,6	2	33,3	0	4,7
Kreditna unija	2	28,6	0	0,0	-2	-28,6
Zalagaonica	0	0,0	1	16,7	1	16,7
Ukupno financijskih usluga	7	100	6	100,0	-1	0,0
Frizer	7	43,7	5	33,3	-2	-10,4
Pediker	2	12,5	5	33,3	3	20,8
Kozmetički salon	4	25	3	20,0	-1	-5,0
Fotokopiraona	1	6,3	1	6,7	0	0,4
Foto studio	2	12,5	1	6,7	-1	-5,8
Ukupno osobnih usluga	16	100	15	100,0	-1	0,0
Optika	6	20,7	6	35,3	0	14,6
Stomatolog	3	10,3	3	17,6	0	7,3
Javni bilježnik	1	3,4	0	0,0	-1	-3,4
Odvjetnik	13	44,8	2	11,8	-11	-33,0
Kemijska čistionica	0	0,0	1	5,9	1	5,9
Videoteka	1	3,4	0	0,0	-1	-3,4
Igre na sreću	1	3,4	2	11,8	1	8,4
Turistička agencija	4	13,8	0	0,0	-4	-13,8
Ostalo	0	0,0	3	17,6	3	17,6
Ukupno profesionalnih usluga	29	100	17	100,0	-12	0,0

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

ima ulogu sidrene prodavaonice u Centru Cvjetni, trgovačkom centru koji je otvoren 2011. godine nedaleko od Ilice, neposredno uz područje snažne koncentracije ugostiteljskih objekata. Od 32 poslovna objekta smještena u njemu, u travnju 2021. godine samo su dva bila zatvorena, što svjedoči o njegovoj uspješnosti. Osim prodavaonica, u Centru Cvjetni smješteni su ugostiteljski objekti i osobne usluge, zbog čega se s pouzdanošću može zaključiti kako on preuzima dio funkcija tradicionalnog gradskog središta i stvara konkurenciju njegovim poslovnim funkcijama.

Od ugostiteljskih objekata, povećao se broj kafića/noćnih klubova, restorana i objekata brze hrane, dok je broj slastičarnica i ostalih objekata stagnirao. Ilica nije tradicionalno ugostiteljski prostor. Premda je u njoj smješteno nekoliko kulturnih zagrebačkih lokala, Ilica se u cjelini specijalizira za trgovinu, dok se ugostiteljstvo koncentrira u drugim dijelovima gradske jezgre. Istraživanje iz 2005. potvrđuje tu predodžbu; ugostiteljski objekti tada imaju udio od tek 5 % u ukupnom broju otvorenih poslovnih prostora. Međutim, do 2021. njihov se udio gotovo udvostručio. Ta se pojava može objasniti širenjem glavne „ugostiteljske zone“, koja je koncentrirana oko trga Petra Preradovića te Tesline, Bogovićeve, Preobraženske i Margaretske ulice. Povećanje potražnje za ugostiteljskim funkcijama dijelom može biti pripisano porastu broja turista koji posjećuju centar Zagreba. Kao primjer funkcionalne i morfološke transformacije pod utjecajem turizma može poslužiti Hostel Swanky Mint, otvoren 2013. godine u jednom dvorištu Ilice. Smješten je u nekoć zapuštenoj industrijskoj zgradi koja je preuređena, a u njoj su otvoreni i kafić i restoran. Danas privlači većinom mlađe i obrazovanije posjetitelje. Na sličan je način uređeno još nekoliko hotela i hostela u Ilici i susjednim ulicama.

Među obrtima, najviše su zastupljeni zlatari (60 %), zatim postolari (11,4 %) i krojači (5,7 %). Većina obrta je stagnirala ili doživjela blagi pad. S druge strane, zlatari su zabilježili zapanjujući porast apsolutnog broja i udjela. Zlatarnice su vrlo raznovrsne te se može prepoznati nekoliko različitih tipova. Jedan od njih su „tradicionalni“ obrti koji nude raznovrsne usluge poput popravka, izrade i prodaje nakita, a često su stari i više od 80 godina, što mnogi ističu u izlozima u promidžbene svrhe. Naredni tip čine prodavaonice umjetničkog, ručno rađenog nakita koje pružaju uslugu popravka. Nadalje, u tu su kategoriju svrstani lanci prodavaonica nakitom poput Swarovskog ili ZAKS-a. Naime, neki od njih izrađuju nakit po mjeri. Premda bi bilo opravdano klasificirati ove objekte u više kategorija, u ovom su istraživanju uvršteni u zlatarske obrte zbog dva razloga. Prvo, u većini slučajeva teško je razlučiti koji bi objekti spadali među obrte, a koji u kategoriju trgovina. Tomu je razlog velika raznolikost u djelatnostima koje obavljaju, njihovoj vlasničkoj strukturi i uređenju objekata, a zbog koje bi svaka podjela bila u nekoj mjeri proizvoljna. Drugi je razlog usporedivost podataka. Naime, u istraživanju koje je provela

Jakovčić (2006), ne postoji detaljnija distinkcija koja bi odgovarala današnjem stanju pa je odlučeno zadržati staru metodologiju kako bi usporedba dvaju podatkovnih nizova bila statistički opravdana. S obzirom na porast broja zlatarnica i opažene razlike među njima, može se iznijeti pretpostavka da su 2005. godine objekti u Ilici koji su se bavili nakitom bili međusobno homogeniji te da su uglavnom pripadali tipu „tradicionalnih“ obrta. U periodu između dvaju istraživanja, zbog rasta dohotka zagrebačkog stanovništva i povećanog broja turista u potrazi za suvenirima porasla je potražnja za takvim objektima, zbog čega je došlo do otvaranja većeg broja poslovnih objekata vezanih uz nakit. Osim povećanja broja objekata, došlo je do njihove diverzifikacije. Tradicionalnim zlatarskim obrtima pridružile su se modernije prodavaonice nakita, a sve je više trgovina stranih marki, što svjedoči o internacionalizaciji i ove grane trgovine.

Financijske su usluge bile najmalobrojnije, a njihova se struktura nije značajno promijenila. Osobne su usluge također malobrojne, a većinom služe za potrebe lokalnog stanovništva. Smanjen je broj frizerskih salona, a povećan broj pedikera. Te dvije vrste objekata zajedno čine 2/3 svih osobnih usluga. Profesionalne su usluge, nakon trgovine na malo, doživjele drugo najveće apsolutno smanjenje. Najviše se smanjio broj odvjetničkih ureda. Oni su uglavnom smješteni na katovima stambenih zgrada te je za mnoge bilo teško utvrditi jesu li otvoreni ili ne.

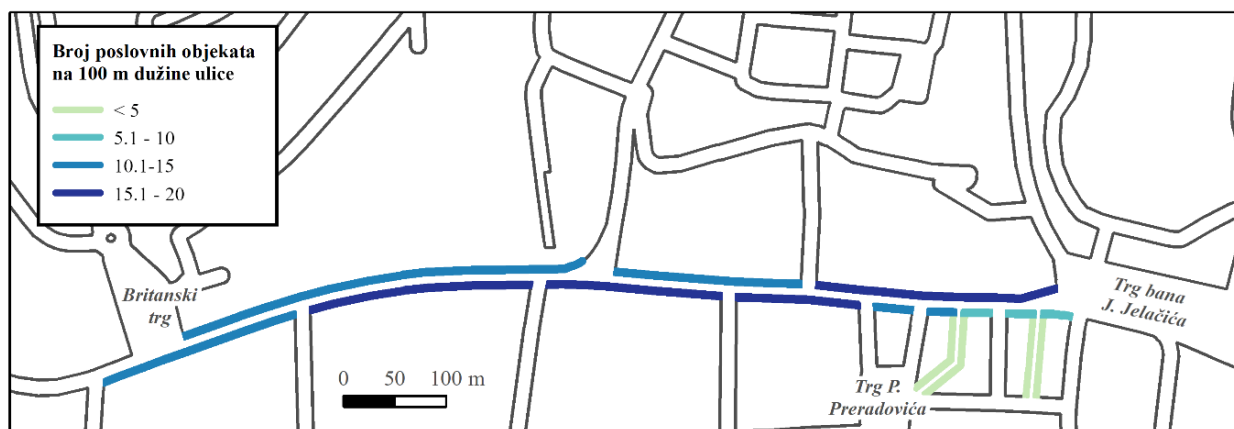
4.2. Prostorni razmještaj poslovnih funkcija

Kako bi se zorno prikazao prostorni razmještaj poslovnih objekata na prostornoj razini bloka zgrada, korišten je indeks koncentracije. Izračunat je prema sljedećoj formuli:

$$G = \frac{Bt \times 100}{Db}$$

pri čemu je G vrijednost indeksa, Bt označava broj analiziranih objekata smještenih u pojedinom bloku, a Db označava dužinu dijela bloka koji pripada pojedinoj ulici, u ovom slučaju Ilici. Dobiveni pokazatelj, koji se također naziva indeksom izloga, može se zorno predočiti kao broj poslovnih objekata na 100 metara ulice (Vresk, 2002).

Svi se blokovi u promatranom području odlikuju relativno visokom vrijednošću indeksa (sl. 2), karakterističnom za gradski CBD. U pravilu, vrijednost raste od zapada prema istoku, povećavajući se s porastom blizine glavnog gradskog trga – najcentralnije, a time i najpoželjnije lokacije. Anomaliju predstavljaju pješački prolazi smješteni u blokovima uz sam trg. Ta dva prolaza (Oktogon i Ilički neboder) također imaju visok udio zatvorenih prostora (sl. 3). Kod

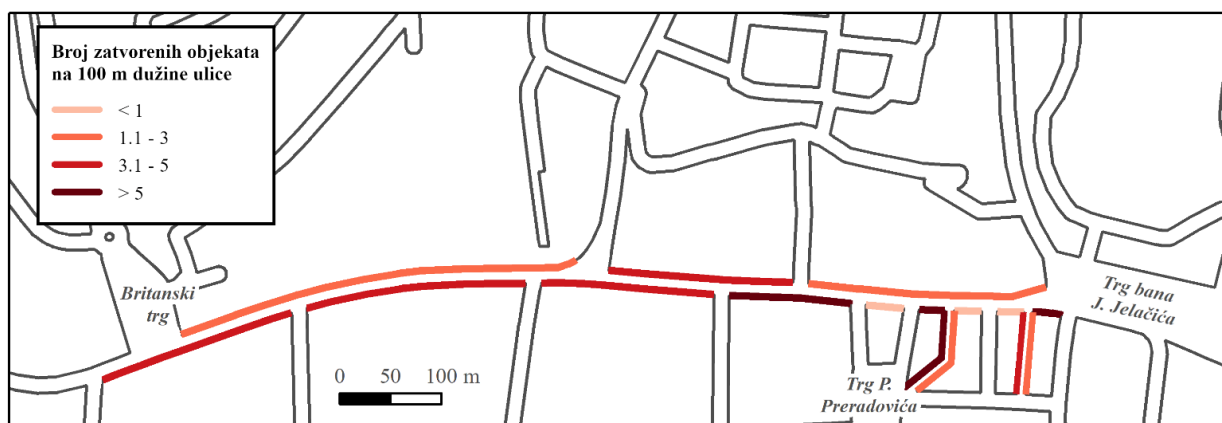


Sl. 2. Indeks koncentracije poslovnih objekata

Izvor: kartiranje

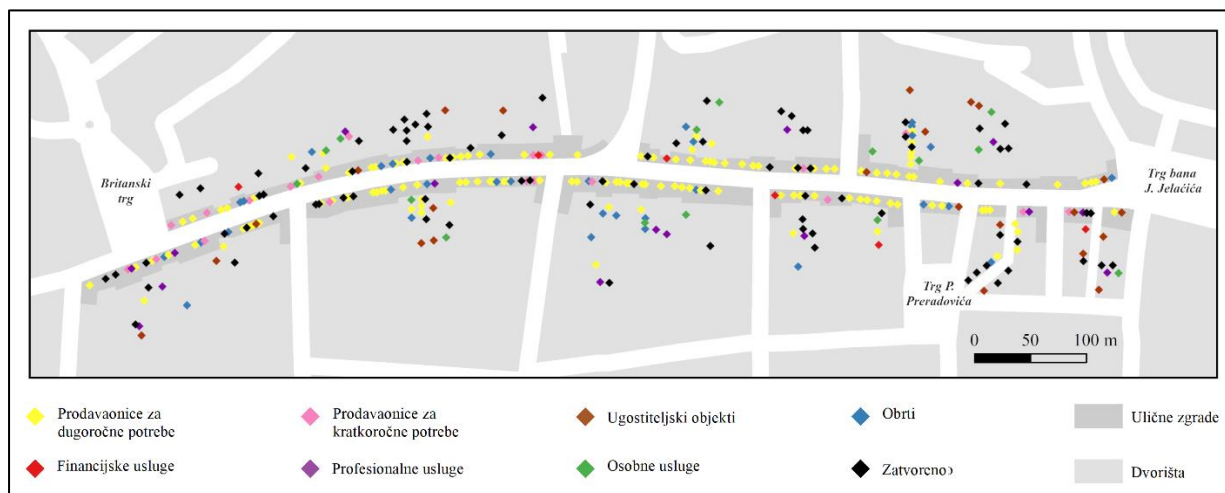
prolaza ispod Nebodera razlog visokog udjela zatvorenih prostora je vjerojatno njegova loša uređenost i mali volumen pješačkog prometa. U Oktogonu još od 2017. traje obnova, a zbog dugotrajnih građevinskih radova mu je pala atraktivnost te su neki objekti zatvoreni (Šobak, 2018). Osim toga, zgrada Privredne banke Zagreb, kojoj pripada cijeli prolaz, je jedna od malobrojnih građevina za koje se zbog istaknute obavijesti sa sigurnošću može utvrditi da je zatvorena zbog štete uzrokovane potresom. U raspodjeli zatvorenih objekata u ostalim blokovima promatranog područja nije moguće utvrditi jasnu pravilnost. Ponešto je veći u blokovima bližima Trgu bana Jelačića, ali uzrok tome je veći ukupni broj poslovnih prostora, kako otvorenih, tako i zatvorenih.

S obzirom na lokacije pojedinačnih objekata (sl. 4), jasno je vidljiva koncentracija prodavaonica za dugoročne potrebe u uličnim krilima zgrada, gdje im je dostupan prostor za oglašavanje



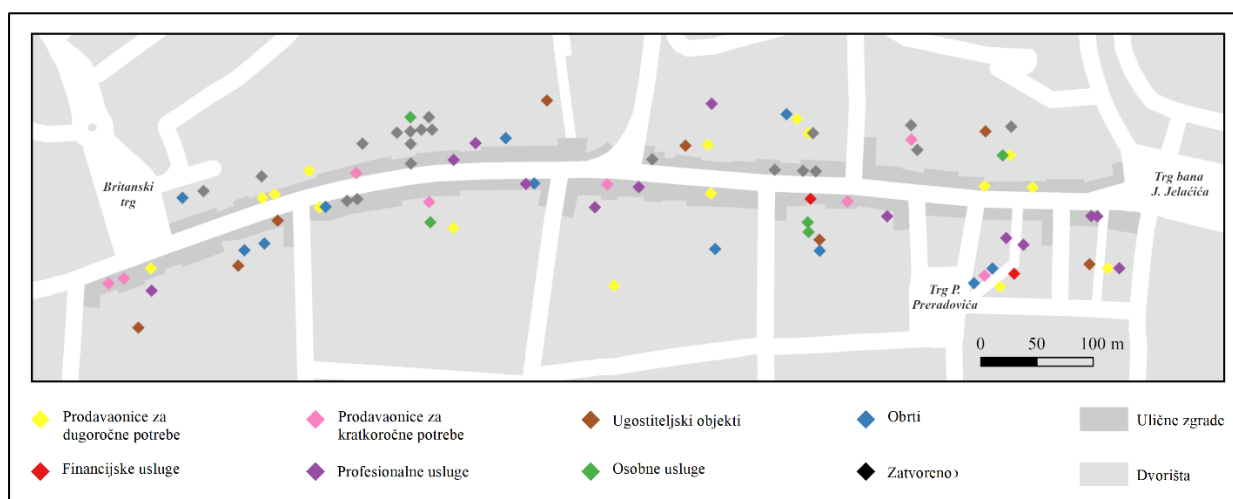
Sl. 3. Indeks koncentracije zatvorenih poslovnih objekata u području istraživanja

Izvor: kartiranje



Sl. 4. Prostorna raspodjela kartiranih objekata

Izvor: kartiranje



Sl. 5. Prostorna raspodjela i klasifikacija zatvorenih objekata

Izvor: kartiranje

putem izloga. S druge strane, obrti se češće smještaju u unutrašnjost dvorišta, a oglašavaju putem znakova postavljenih na ulične zgrade i staklenih vitrina u koje su smješteni reprezentativni proizvodi. Prostori najjače koncentracije trgovina za dugoročne potrebe su istočni i naročito središnji dio Ilice, dok se prema zapadu, s udaljavanjem od centra njihova gustoća ponešto smanjuje. Dvorišta zgrada se međusobno razlikuju. U nekima od njih nema nijednog poslovnog objekta te imaju isključivo stambenu ili neku drugu funkciju, neka su dvorišta fizički zapuštena i često imaju velik udio zatvorenih objekata, a neka su pak dvorišta uređenija i poslovno uspješnija, kao što je, primjerice, dvorište hotela Jägerhorn u blizini Trga bana Jelačića.

Utvrđeno je kako položaj poslovnog prostora u odnosu na ulicu ima vrlo velik utjecaj na uspješnost. Naime, 63,9 % zatvorenih objekata je smješteno u dvorištima, dok je 64 % aktivnih objekata smješteno u zgradama okrenutima prema ulici (tab. 5). Razlozi za to su česta fizička zapuštenost dvorišta koja smanjuje atraktivnost objekata smještenih u njima, manji volumen pješačkog prometa te nemogućnost oglašavanja putem izloga.

Među zatvorenim objektima (tab. 6), najveći udio imali su objekti čiju izvornu funkciju nije bilo moguće utvrditi. Taj je udio 2005. bio mnogo manji; tijekom razdoblja između dvaju istraživanja narastao je sa 7,8 % na 24,1 %. Ti su objekti neprepoznatljivi uglavnom zbog svojeg lošeg fizičkog stanja – znakovi su često zahrđali, natpisi su izbljedjeli, izlozi su prašnjavi, išarani grafitima te prekriveni daskama, novinskim papirom ili plakatima. Može se pretpostaviti da su nepoznati objekti zatvoreni dugo vremena, dok se na nedavno zatvorenim poslovnim prostorima još mogu vidjeti tragovi njihove prijašnje funkcije. Iz te pretpostavke proizlazi zaključak da je 2005. godine većina objekata zatvorena nedugo prije provođenja kartiranja, dok je prilikom istraživanja iz 2021. većina zatvorenih objekata bila zatvorena već dugi niz godina. Nadalje, iz toga se može se pretpostaviti kako se oko 2005. dogodio val zatvaranja koji je najviše pogodio prodavaonice robe za dugoročne potrebe i obrte, a od ovog vala zatvaranja se mnogi objekti do danas nisu oporavili. Uzroci vala zatvaranja mogli bi biti povećana konkurencija trgovačkih lanaca i trgovačkih centara koji se u Zagrebu otvaraju od sredine 1990-ih, a posebno dinamično polovicom 2000-ih, kao i financijska kriza iz 2008. godine. Od zatvorenih prostora koje je bilo moguće identificirati, najviše se smanjio broj prodavaonica za dugoročne potrebe. Jedan od uzroka toga je otvaranje novih poslovnih objekata, bolje prilagođenih novim uvjetima na tržištu, u prostorima zatvorenih prodavaonica. Za pad broja zatvorenih prodavaonica djelomično su odgovorne i prenamjene tih objekata u druge, neposlovne svrhe, a vrlo vjerojatno je i mnoge zatvorene prodavaonice zahvatilo fizičko propadanje, zbog čega prilikom kartiranja nisu bile registrirane kao *prodavaonice*, već kao nepoznati objekti.

Tab. 5. Kartirani objekti prema položaju i statusu

	Otvoreni		Zatvoreni		Ukupno	
	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)
Na ulici	161	64,4	30	36,1	191	57,4
U dvorištu	89	35,6	53	63,9	142	42,6
Ukupno	250	100,0	83	100,0	333	100,0

Izvor: kartiranje

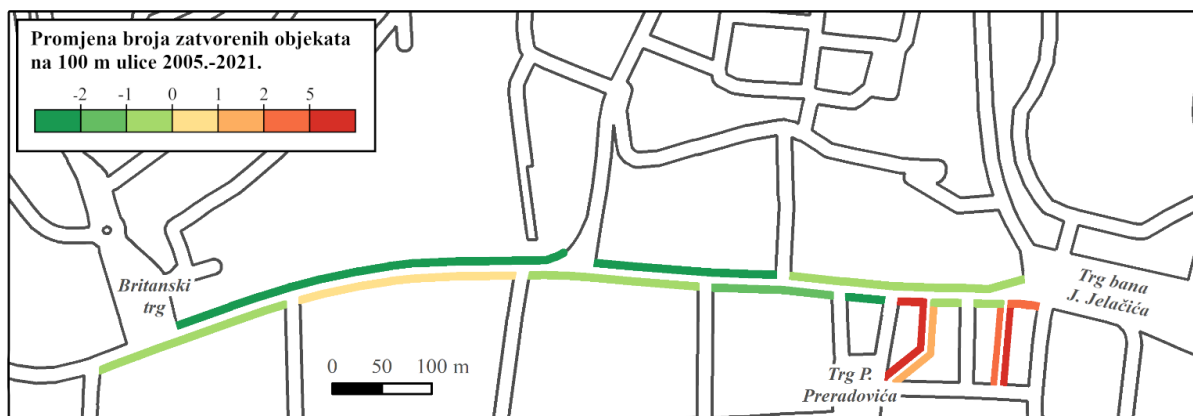
Tab. 6. Struktura zatvorenih objekata

	2005.		2021.		Razlika	
	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)	Broj	Udio (%)
Prodavaonice za kratkoročne potrebe	4	5,2	8	9,6	4	4,4
Prodavaonice za dugoročne potrebe	37	48,1	16	19,3	-21	-28,8
Ugostiteljski objekti	8	10,4	8	9,6	0	-0,8
Obrti	13	16,9	11	13,3	-2	-3,6
Financijske usluge	1	1,3	2	2,4	1	1,1
Osobne usluge	3	3,9	5	6,0	2	2,1
Profesionalne usluge	5	6,5	13	15,7	8	9,2
Nepoznato	6	7,8	20	24,1	14	16,3
Ukupno	77	100,0	83	100,0	6	0,0

Izvor: kartiranje

Dva su recentna razloga neekonomske prirode mogla utjecati na privremeno ili trajno zatvaranje objekata u promatranom području: pandemija COVID-19 i šteta od potresa iz ožujka 2020. godine. Istraživanjem se nastojalo prikupiti podatke o razlozima zatvaranja objekata, ali za veliku većinu zatvorenih poslovnih prostora to nije bilo moguće utvrditi. Samo na pet objekata eksplicitno je označeno kako su zatvoreni zbog pandemije; riječ je o tri kafića, jednom odvjetničkom uredu i jednoj zlatarskoj radnji u Oktogonu. Sva su tri kafića bila zatvorena zato što nisu imala terasu na kojoj bi mogli posluživati goste u skladu s protuepidemijskim mjerama. Samo su na dva objekta bile istaknute obavijesti na temelju kojih se sa sigurnošću moglo utvrditi da su zatvoreni zbog štete uzrokovane potresom. Kako bi se pokušala dobiti jasnija slika, uspoređeni podatci o lokacijama zatvorenih objekata i podatci o oštećenjima s mrežnih stranica Grada Zagreba, ali nije utvrđena nikakva korelacija. Može se zaključiti da su pandemija bolesti COVID-19 i potres imali neznatan (kratkoročni) učinak na poslovne funkcije početnog dijela Ilice.

Istraživanjem Jakovčić (2006), koje je provedeno u kolovozu 2005. godine, prikupljeni su prostorni podatci o zatvorenim objektima, zbog čega je moguće provesti usporedbu s novim podacima i na razini gradskih blokova. Prostorni razmještaj zatvorenih objekata u ova dva skupa podataka uspoređen je ponovnom primjenom metode indeksa gustoće izloga. Iz digitalizirane karte razmještaja zatvorenih objekata 2005. godine izračunat je indeks gustoće, kao što je već učinjeno s podacima iz 2021. (sl. 3) Vrijednost indeksa iz 2005. godine oduzeta je od indeksa iz 2021. kako bi se identificiralo područja veće ili manje promjene broja zatvorenih objekata (sl. 6). Područja gdje se koncentracija zatvorenih objekata povećala



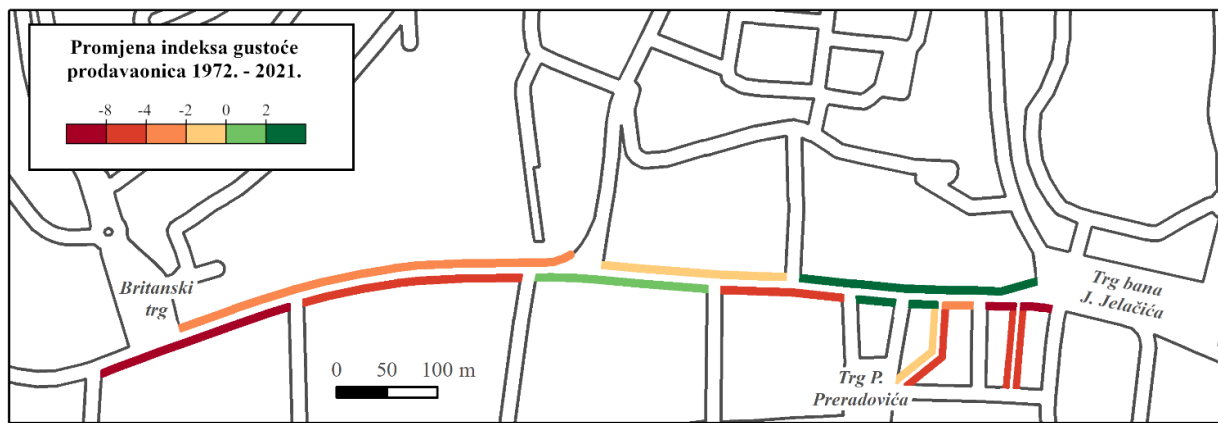
Sl. 6. Razlika indeksa gustoće zatvorenih objekata iz 2021. i 2005.

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

označena su žutom i crvenom bojom, a blokovi u kojima se taj indeks smanjio prikazani su nijansama zelene. Premda se apsolutni broj zatvorenih objekata povećao u odnosu na 2005., iz analize na nižoj prostornoj razini vidljivo je kako se u većini blokova njihova koncentracija zapravo smanjila, dok povećanje indeksa zatvorenih prostora bilježi tek nekoliko blokova, među kojima se ističu već spomenuti prolazi Oktogon i Ilički neboder.

Još jedan skup prostornih podataka koji se može usporediti s rezultatima provedenog kartiranja potječe iz Vreskovog (1976) istraživanja, koje donosi podatke o lokacijama otvorenih prodavaonica u središtu Zagreba 1972. godine. Tada ih je bilo čak 236. U usporedbi s podacima o otvorenim prodavaonicama iz preostala dva istraživanja (2005. godine 178., a 2021. godine 169), taj se broj čini vrlo velikim. Međutim, moguće ga je argumentirati kroz tezu o stalnom maksimalnom broju prodavaonica. Prvo, za pretpostaviti je da je 1970-ih u Ilici djelovao velik broj malih, nezavisnih prodavaonica te da je udio zatvorenih objekata bio vrlo malen. Broj otvorenih prodavaonica se od tada mogao smanjiti zbog niza negativnih čimbenika: krize 1980-ih, krize uzrokovane ratom 1990-ih, liberalizacije tržišta i pojave veće konkurencije (trgovački centri, hipermarketi, trgovački lanci) te ekonomske krize iz 2008. godine. Konačno, kad se brojevima prodavaonica iz 2005. i 2021. pribroje brojevi zatvorenih objekata iz tih godina, dobiveni broj objekata je 255 za 2005. godinu i 252 za 2021. Ti brojevi označavaju hipotetski maksimalni broj prodavaonica, koji je vrlo blizu zabilježenom broju prodavaonica 1972. te pruža podršku hipotezi o povećanju udjela zatvorenih objekata tijekom posljednjih 49 godina.

Podatci iz 1972. uspoređeni su s rezultatima kartiranja iz 2021. na isti način kao i podatci iz 2005. Na temelju podataka o lokacijama otvorenih prodavaonica izračunati su indeksi gustoće te su starije vrijednosti oduzete od novih (sl. 7). Vidljivo je kako zabilježeno smanjenje nije



Sl. 7. Razlika indeksa gustoće prodavaonica iz 2021. i 1972.

Izvor: Jakovčić, 2006; kartiranje

ravnomjerno raspoređeno u prostoru. Najveći se pad dogodio u najudaljenijim blokovima u odnosu na centar grada. Iznenađujuće, nekoliko blokova bilježi porast, a on je najznačajniji u bloku sa sjeverne strane Ilice između Trga bana Jelačića i Tomićeve ulice. Do povećanja broja trgovina u tom bloku vjerojatno je došlo zbog uređenja dvorišta hotela Lovački rog (Jägerhorn). Naime, od 19. stoljeća taj hotel je u jedinstvenom vlasništvu, a u njegovom dvorištu i prizemlju djeluje popularni restoran i kafić. Tijekom kasnih 1990-ih dvorište hotela je uređeno kao pješački prolaz i u njemu su otvoreni poslovni prostori s izlozima koje hotel daje u zakup (Grad Zagreb, 2007). Prema broju i udjelu otvorenih objekata, hotel Jägerhorn je danas poslovno „najuspješnije“ dvorište Ilice, pri čemu su važnu ulogu odigrali sređeni imovinski odnosi te zajednička uprava koja vodi brigu o održavanju i oglašavanju. Uspjeh tih trgovina služi kao dokaz da je revitalizacija dvorišta Ilice moguća ako se osiguraju određeni preduvjeti.

5. ZAKLJUČAK

Prva hipoteza, kako se udio zatvorenih objekata smanjio, je opovrgnuta; zapravo je došlo do porasta broja i udjela zatvorenih prostora. Mnogi od njih su stari, često locirani u zapuštenim dvorištima, a problem i dalje, kao i prije 16 godina, predstavljaju problematični vlasnički odnosi. Druga hipoteza je djelomično potvrđena. Struktura poslovnih objekata vrlo je slična onoj iz 2005. godine, ali znakovito je povećanje udjela ugostiteljskih objekata, trgovina za kratkoročne potrebe i obrta. Porast broja i udjela zlatarni bio je osobito snažan te je došlo do kompleksne diverzifikacije, zbog koje se postavlja pitanje mogu li se takvi objekti i dalje svrstavati među zlatarske obrte. Taj rast je vrlo vjerojatno posljedica turistifikacije. Treća hipoteza je potvrđena; uočeno je smanjenje ukupnog broja poslovnih objekata. Ti su prostori

prenamijenjeni u druge svrhe koje nisu obuhvaćene kartiranjem, kao što su uredi i apartmani. Neki su preuzeti od strane susjednih lokala i korišteni za njihovo proširenje. Četvrta hipoteza je potvrđena; postoji vrlo izražena razlika u uspješnosti poslovnih funkcija u uličnim zgradama, koje su opremljene izlozima i izložene pješačkom prometu te dvorišnih zgrada, koje su često smještene u zapuštenom ambijentu, podalje od glavnih prometnih tokova.

Iako se broj zatvorenih lokala u području istraživanja povećao, iz analize na razini pojedinih blokova zgrada vidljivo je kako su oni najjače koncentrirani u svega nekoliko blokova i dvorišta (Oktogon, Ilički neboder), dok je u većini blokova došlo do smanjenja koncentracije zatvorenih lokala. Postoje pojedinačni primjeri obnove koji valoriziraju povijesnu baštinu i pridonose živosti i specifičnom identitetu Ilice, kao što su Hostel Swanky Mint i hotel Jägerhorn. Međutim, uspjeh ovakvih lokala je rezultat privatne inicijative i povoljnih ekonomskih kretanja, kao što su oporavak od krize iz 2008. i povećanja turističkog prometa. Većina zapuštenih prostora ipak ne može biti obnovljena bez sustavne i promišljene intervencije gradskih vlasti, koja bi trebala uključivati poticaje fizičkoj obnovi, sređivanju imovinsko-pravnih odnosa te suradnji između aktera u gradskom prostoru. Snažniji utjecaj potresa i pandemije COVID-19 na poslovne funkcije nije mogao biti utvrđen, no iako je kratkoročni učinak ovih šokova možda neznatan, mogao bi imati značajne dugoročne posljedice.

Glavni nedostatak istraživanja je to što se temelji isključivo na analizi lokacije, a ne uzima u obzir druga kvantitativna i kvalitativna svojstva poslovnih objekata poput ciljane skupine potrošača i površine lokala. Daljnja istraživanja mogla bi biti usmjerena na proučavanje drugih faktora uspješnosti ili neuspješnosti poslovnih funkcija, poput demografskih obilježja gradskog središta, svojstva zgrada u Ilici, površine poslovnih objekata te uloge prostornog planiranja i vlasničkih odnosa. Podatci novog popisa stanovništva zacijelo će se pokazati vrijednima. Važno proučavati i socioekonomska obilježja potrošača i stanovnika, jer kod svake urbane revitalizacije može doći do elitizacije i gentrifikacije.

LITERATURA

Balsas C.J.L., 2000: City center revitalization in Portugal: Lessons from two medium size cities, *Cities* 17(1), 19-31, DOI: 10.1016/S0264-2751(99)00049-9.

Balsas, C. J. L., 2007: City Centre Revitalization in Portugal: A Study of Lisbon and Porto, *Journal of Urban Design* 12(2), 231–259. DOI: 10.1080/13574800701306328.

- Dimitrovska Andrews, K., 2005: Mastering the post-socialist city: Impacts on planning the built environment, u: Hamilton, I., Dimitrovska Andrews, K. i Pichler-Milanović, N. (ur.): *Transformation of cities in central and Eastern Europe: Towards globalization*, United Nations University Press, New York, 153-186.
- Guy, C., 1998: Controlling New Retail Spaces: The Impress of Planning Policies in Western Europe. *Urban Studies* 35(5-6), 953–979, DOI: 10.1080/0042098984637 .
- Jakovčić, M., 2006: Business Functions and Problem of Closure of Commercial Premises in Ilica Street in Zagreb, *Hrvatski geografski glasnik* 68 (1), 25-70.
- Lukić A. i Jakovčić M., 2004: Location and functions of hypermarkets and shopping centres in Zagreb, *Dela* 22, 39-54.
- Mak, K. i Jakovčić, M., 2020: Geografija nemjesta: analiza Arena Centra u Zagrebu (mikrorazina), *Sociologija i prostor* 58 (2), 189-210, DOI: 10.5673/sip.58.2.4.
- Nagy, E., 2001: Winners and Losers in the Transformation of City Centre Retailing in East Central Europe, *European Urban and Regional Studies* 8(4), 340–348. DOI: 10.1177/096977640100800406.
- Pacione, M., 2009: *Urban Geography: A Global Perspective*, Routledge, London i New York.
- Prelogović, V., Pintarić, T., Njegač, D., 2016: Spatial Planning and Transformations in the Spatial Structure of Zagreb, *Dela* 46, 143-162, DOI: 10.4312/dela.46.6.143-162.
- Ričković, D., 1998: Pješačka zona središnjeg dijela Zagreba, *Hrvatski geografski glasnik* 60 (1), 105-122.
- Sić, 2007: Spatial and Functional Changes in Recent Urban Development of Zagreb, *Dela* 27, 5-15.
- Spierings, 2006: The Return of Regulation in The Shopping Landscape? Reflecting on the Persistent Power of City Centre Preservation Within Shifting Retail Planning Ideologies, *Tijdschrift voor Economische en Sociale Geografie* 97 (5), 602-609, DOI: 10.1111/j.1467-9663.2006.00366.x.
- Šavor Novak, M., Uroš, M., Atalić, J., Herak, M., Demšić, M., Baniček, M., Lazarević, D., Bijelić, N., Crnogorac, M., Todorčić, M., 2020: Potres u Zagrebu od 22. ožujka 2020. - preliminarni izvještaj o seizmološkim istraživanjima i oštećenjima zgrada, *Građevinar* 72 (10), 843-867, DOI: 0.14256/JCE.2966.2020
- Sýkora, L. i Bouzarovski, S., 2011: Multiple Transformations: Conceptualising the Post-communist Urban Transition, *Urban Studies* 49 (1), 1-18, DOI: 10.1177/0042098010397402
- Tonković, Ž., 2015: Trgovački centri i promjene u gradskoj jezgri: slučaj Zadra, *Sociologija i prostor* 53 (1), 3-20, DOI: 10.5673/sip.53.1.1
- Vresk, M., 1976: Neka obilježja funkcionalne transformacije središnjeg dijela Zagreba, u: Crikvenčić, I. (ur.): *Centralna naselja i gradovi SR Hrvatske: Geografska analiza*, Školska knjiga, Zagreb, 205-215.

Vresk, M., 1986: Neki pokazatelji funkcionalno-prostorne strukture Zagreba, *Acta Geographica Croatica* 21 (1), 45-53

Vresk, M., 2002: *Grad i urbanizacija: Osnove urbane geografije*, Školska knjiga, Zagreb.

IZVORI

Babić, B., 2011: Otvara se Cvjetni vrijedan 108 milijuna eura, *Poslovni.hr*, 6. travnja. <https://www.poslovni.hr/domace/otvara-se-cvjetni-vrijedan-108-milijuna-eura-176699> (22. 6. 2021.).

Grad Zagreb, 2007: *Galerija nepokretnih kulturnih dobara grada Zagreba: Lovački rog, Ilica 14*, <http://www1.zagreb.hr/galerijakd.nsf/c31dd4a135787898c1256f9600325af4/2135ca09d24a377ec1257f3e00490d4b?OpenDocument> (22. 6. 2021.).

Grad Zagreb, 2020: *Turizam: prosinac 2019.*, <https://www.zagreb.hr/userdocsimages/arhiva/statistika/2019/turizam%202019/Turizam%20%20XII.%202019%20.pdf> (22. 6. 2021.).

Ministarstvo turizma i sporta, 2006: *Turizam u brojkama 2005.*, <https://mint.gov.hr/UserDocsImages/arhiva/06-Turizam-br-05w.pdf> (22. 6. 2021.).

Sutlić, K., 2016: 'Sagradio sam prvi hostel s bazenom u Zagrebu. U moj Swanky Mint izlazi i lokalna ekipa', *Jutarnji.hr*, 12. kolovoz, <https://www.jutarnji.hr/vijesti/zagreb/sagradio-sam-prvi-hostel-s-bazenom-u-zagrebu.-u-moj-swanky-mint-izlazi-i-lokalna-ekipa-4603667> (22. 6. 2021.).

Zagreb Online, 2011: FOTO: U Ilici otvorena nova Zara, *Zagreb Online*, 6. svibnja, <https://www.zagrebonline.hr/foto-u-ilici-otvorena-nova-zara/> (22. 6. 2021.).

SAŽETAK

Lucijan Černelić

Promjene u prostornoj organizaciji i strukturi poslovnih funkcija Ilice (2005. – 2021.)

Ilica je glavna trgovačka ulica u Zagrebu, sastavni dio tradicionalne poslovne zone i jedan od prepoznatljivih simbola grada. Nakon 1990-ih, njene poslovne funkcije doživljavaju snažnu konkurenciju uslijed internacionalizacije trgovine, otvaranja trgovačkih centara, hipermarketa i trgovačkih lanaca, što dovodi do zatvaranja mnogih poslovnih objekata i fizičkog propadanja prostora. Rad analizira podatke o strukturi i prostornom razmještanju poslovnih funkcija dobivenih neposrednim kartiranjem te ih uspoređuje s rezultatima sličnog istraživanja provedenog 2005. godine. Utvrđena je stanovita diverzifikacija funkcija Ilice kojoj su pridonijele turistifikacija i novi zahtjevi potrošača. Međutim, velik broj objekata je i dalje zatvoren i zapušten. Postoji potencijal za revitalizaciju takvih objekata, ali za nju je nužna intervencija gradskih vlasti.

Ključne riječi: Ilica, poslovne funkcije, urbana revitalizacija, Zagreb

SUMMARY

Lucijan Černelić

Changes in structure and spatial organisation of business functions of Ilica street (2005 – 2021)

Ilica is the main shopping street of Zagreb, a key part of the traditional central business district and one of the symbols of the city. Since the 1990s, its business functions have been facing strong competition due to the internationalisation of commerce, opening of new shopping centres, hypermarkets, and chain stores. This has led to the closure of many businesses in Ilica, as well as the physical deterioration of the urban landscape. This study analyses data about the structure and spatial distribution of business functions, acquired by field mapping, and compares them with the results of a similar study, conducted in 2005. A certain diversification of the functions of Ilica has been observed, likely caused by touristification and changing consumer demands. However, many businesses remain closed and dilapidated. The revitalization of such spaces is possible, but it demands active intervention by the city authorities.

Keywords: Ilica, business functions, urban revitalization, Zagreb