

Urška HOČEVAR

Model dejavnikov nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji

Članek obravnava področje nepremičnin oziroma problematiko dejavnikov, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Na odločitev nakupa nepremičnine vplivajo številni dejavniki, hkrati pa je ta nakup za kupca eden najpomembnejših dogodkov v življenju. Gre za različne spremembe, nova tehnološka in znanstvena

odkritja, notranje in zunanje vplive, ki se jim mora prilagajati posameznik in hkrati vplivajo na njegovo odločanje.

Ključne besede: področje nepremičnin, nakup nepremičnine, poslovne, industrijske in naložbene nepremičnine, različne spremembe

1 Uvod

Nepremičnine so posameznikovo premoženje. Pri nakupu teh so prisotni različni dejavniki, ki vplivajo nanj. Nakup nepremičnine je med najpomembnejšimi dogodki oziroma najpomembnejša prelomnica v življenju posameznika. Zato je toliko pomembneje, da se pri nakupu pravilno in pametno odloči. Pri tem je bistveno, da se najprej opredeli glede svojih želja, potreb in finančnih zmožnosti. Seveda se tudi vpliv dejavnikov razlikuje glede na namen nakupa, torej ali gre za nakup stanovanjske nepremičnine ali poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin, saj imajo pri tem kupci različne želje in interese. Kot je bilo že omenjeno, so dejavniki nakupa nepremičnin različni in vplivajo na vsakogar drugače. Kaj vse pravzaprav vpliva na odločitev potrošnika oziroma kupca pri nakupu? Ugotovljeno je, da na nakup vplivajo dejavniki nakupnega vedenja, vrednote, dejavniki, ki vplivajo na trg nepremičnin, itd. V teh naštetih dejavnikih se skriva veliko poddejavnikov, ki na vsakega posameznika vplivajo drugače. Ljudje smo si različni, zato vsak od nas drugače dojema vrednote, kulturo, okolje ipd., kar pripelje do različnih zunanjih vplivov, ki so pomembni pri nakupu nepremičnine.

Moj namen je prikazati vse dejavnike, ki vplivajo na odločitev kupca pri nakupu nepremičnine. Temeljni cilj članka je ugotoviti, kateri so tisti najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev, pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Na podlagi ugotovitev bo oblikovan tudi model najpomembnejših dejavnikov.

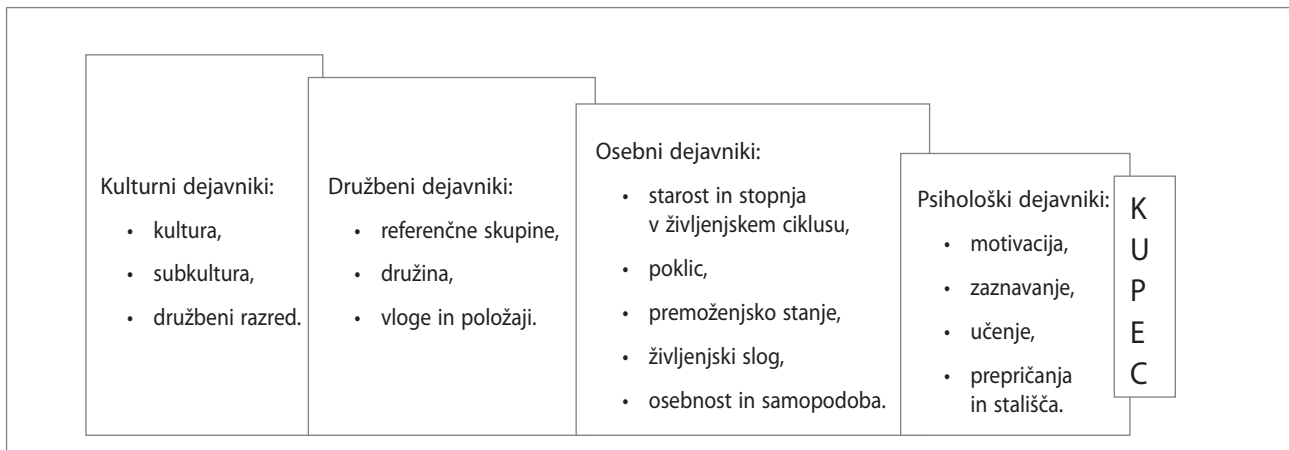
2 Dejavniki, ki vplivajo na nakup nepremičnine

Na nakup nepremičnine vplivajo številni dejavniki. V nadaljevanju bodo določeni dejavniki trga nepremičnin, dejavniki nakupnega vedenja, demografski in ekonomski dejavniki in dejavniki nakupa nepremičnin. Nato bo predstavljen model nepremičninskih in psiholoških dejavnikov odločanja za nakup nepremičnine, ki je izjemno pomemben za opravljeno raziskavo.

2.1 Dejavniki nepremičninskega trga

Na trg nepremičnin močno vplivajo cene nepremičnin. Določitev teh pa pogojujejo ti glavni dejavniki (Bradeško, 2003, str. 84–85):

- Dohodki gospodinjstev: večinoma se dohodki gospodinjstev določajo kot najpomembnejši dejavnik. Z rastjo dohodkov se povečuje tudi povpraševanje po prostoru za stanovanjske potrebe in prostočasne dejavnosti, kar dviga ceno zemljišč.
- Obrestne mere: na breme servisiranja stanovanjskih in hipotekarnih kreditov močno vplivajo obrestne mere, kar spreminja povpraševanje po nepremičninah in tudi njihove cene.
- Ponudba finančnega sektorja: na velikost učinkovitega povpraševanja vpliva ponudba finančnega sektorja glede pestrosti oblik finančnih instrumentov, njihovih cen in količin.



Slika 1: Razčlenjen model dejavnikov, ki vplivajo na nakupno vedenje (vir: Kotler, 1996, str. 174)

- Demografski in socialni dejavniki – delež mladih in upokojencev, število ločitev in podobne zadeve. Ti dejavniki vplivajo na hitrost informiranja gospodinjstev, kar opredeljuje obseg in strukturo povpraševanja.
- Dejavniki ponudbene strani – razpoložljivost ustrezne delovne sile, hitrost administrativnih postopkov in odzivnost gradenj na ceno.
- Davki, subvencije in državni posegi: na ceno nepremičnin vplivajo tudi davki, subvencije in državni posegi, ki spreminjajo strukturo in velikost ponudbe oziroma povpraševanja.

Različni nepremičninski strokovnjaki, investitorji, lastniki gradbenih podjetij, ekonomisti in država imajo različna mišljenja in poglede, kar je privedlo do ključnega vprašanja Kateri so tisti vplivni dejavniki, ki so v preteklosti slovensko gospodarstvo vodili v nezavidljiv položaj?. V raziskavi so ta problem želeli vsaj delno rešiti. Osredinili so se na te dejavnike, ki so v preteklosti imeli veliko pozornosti:

- pogoji kreditiranja,
- inflacija,
- gospodarska rast,
- obrestne mere,
- vrsta in lokacija nepremičnine,
- hitrost prodaje nepremičnine,
- SBI (indeks nepremičnin).

2.2 Dejavniki nakupnega vedenja potrošnikov

V nadaljevanju je na sliki 1 prikazan razčlenjen model dejavnikov, ki vplivajo na nakupno vedenje. Kotler je v njem (1996, str. 174) kot pomembne opredelil kulturne, družbene, osebne in psihološke dejavnike. Kulturni dejavniki so kultura, subkultura in družbeni razred. Družbeni dejavniki so referenčne skupine, družina ter vloge in položaji. Osebnostni dejavniki so starost in stopnja v življenjskem ciklu, poklic, premoženjsko stanje,

življenjski slog, osebnost in samopodoba. Psihološki dejavniki so motivacija, zaznavanje, učenje ter prepričanja in stališča.

2.3 Demografski in ekonomski dejavniki

Mihaljčič (2009, str. 81–83) pravi, da sta najpomembnejša gospodarska dejavnika kupna moč in cena. Kupci oziroma stranke imajo po navadi veliko želja in potreb, vendar je njihov dohodek ali kupna moč tisti omejujoči dejavnik, ki na koncu prevlada pri odločitvi, katere izdelke ali storitve in koliko teh bodo izbrali. Glede na kupno moč je Mihaljčič vedenje kupcev razdelil na dve skupini in ju povezal z izdatki. V prvo skupino spadajo izdatki za zadovoljevanje osnovnih življenjskih potreb, ki se delijo na trošenje (izdatki za hrano, najemnine, naročnine itd.) in varčevanje (odplačevanje najetih dolgov). Ti izdatki so večinoma podvrženi navadam. Zaradi tega je vedenje strank stabilno in vnaprej predvidljivo. V drugo skupino spadajo izdatki za nakup dobrin trajne rabe. Med občutenjem potrebe in nakupom po navadi preteče daljše časovno obdobje. V tem času ima stranka več časa za razmišljanje, primerjanje podatkov, analiziranje, iskanje najprimernejših storitev ali izdelkov itd. To je značilno za nakup hiše, stanovanja, avtomobila, gospodinskih aparatov, pohištva, pri izbiri življenjskega zavarovanja in podobno.

Naslednji dejavnik, ki ga opisuje Mihaljčič (2009, str. 82), je cena. Pri odločanju za nakup je višina cene izdelka ali storitve eden od osnovnih dejavnikov. Za stranko ali kupca je lahko cena previsoka, prenizka ali pa ravno pravnja. Kupec oziroma stranka si lahko vsako spremembo cene razlaga po svoje. Na splošno naj bi veljalo, da se z znižanjem cene poveča povpraševanje in obratno. Vendar lahko kupec oziroma stranka močno znižanje cene razume kot (Mihaljčič, 2009, str. 82):

- »rezultat nizke kakovosti izdelka ali storitve (kakovostni izdelki imajo praviloma visoko ceno);
- morebitno pomanjkljivost izdelka (izdelku je na primer že potekel rok uporabe);

- finančne težave proizvajalca ali prodajalca;
- dokaz, da je izdelek že zastarel oziroma da storitev ni več »ugodna« in ga/jo bo kmalu zamenjal novi/nova;
- dokaz, da je prodajalec nepošten, ker je imel do zdaj previsoke cene«.

Povezani sta tudi kupna moč in cena izdelka oziroma storitev. Kupci, ki imajo nizek dohodek oziroma nizko kupno moč, po navadi natančno ocenjujejo podobne izdelke oziroma storitve in primerjajo njihovo ceno. Pri kupcih z visokimi dohodki oziroma visoko kupno močjo pa je značilno, da zaradi prestiža kupujejo izdelke z visoko ceno.

2.4 Dejavniki nakupa nepremičnin

Nepremičnine so posameznikovo premoženje in nakup teh je eden od pomembnih življenjskih dogodkov. Z nakupom nepremičnine se ljudje srečajo enkrat, mogoče dvakrat v življenju, torej ne gre za vsakodnevno kupovanje kruha v trgovini. Zaradi tega je toliko pomembnejše, da se posameznik pri nakupu pametno in pravilno odloči. Gre za eno najpomembnejših prelomnic v življenju. S prebiranjem različne domače in tuje literature ter med opravljanjem dela nepremičninske posrednice sem ugotovila, da so najpomembnejši ti dejavniki nakupa nepremičnin:

- lokacija,
- cena,
- pravno stanje nepremičnine,
- bližina šole, vrtca, trgovine,
- prometna povezanost,
- stroški vzdrževanja,
- energetska učinkovitost,
- stanje nepremičnine,
- urejenost infrastrukture.

2.5 Model nepremičninskih in psiholoških dejavnikov odločanja za nakup nepremičnine

Grum in Kopal Grum (2015, str. 17–26) sta v članku raziskala temeljne psihološke značilnosti potencialnih kupcev nepremičnin, ki se povezujejo z njihovo odločitvijo za nakup. Friedman in Linderman (povzeto po Grum in Kopal Grum, 2015, str. 18) sta načela razdelila v dve glavni kategoriji, in sicer na tista, ki so povezana z nepremičnino, in tista, ki temeljijo na zaznavah uporabnikov. Pri prvi kategoriji gre za načela, ki jih zaznamujejo dejavniki, ki sta jih Grum in Temeljotov Salaj (2010, str. 503–504) razdelila na:

- finančne dejavnike,
- fizične dejavnike,

- družbenoekonomske dejavnike,
- dejavnike bivalnega okolja.

Druga kategorija načel se nanaša na značilnosti kupcev in pri njih so pomembne psihološke značilnosti.

Veliko različnih avtorjev je proučevalo to področje, največ študij pa je bilo narejenih na podlagi proučevanja splošnega vedenja potrošnika – kako se potrošnik oziroma porabnik vede pri nakupovanju izdelkov ali storitev, kaj vpliva na njegov nakup, kako izbira izdelek oziroma storitve itd. (Holbrook in Hirschman, povzeto po Grum in Kopal Grum, 2015, str. 18).

3 Problem in predmet raziskovanja

V obravnavani problematiki nas zanima, kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Raziskovalni del magistrskega dela, po katerem je povzet članek, je podkrepljen z dvema delovnimi hipotezama, in sicer:

- Hipoteza 1: Dejavniki, ki pomembno vpliva pri odločitvi tujih kupcev glede nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin, je dobičkonosnost naložbe v omenjene nepremičnine, ki prinaša neto denarni tok v prihodnosti.
- Hipoteza 2: Dejavniki, ki po mnenju nepremičninskih posrednikov pomembno vpliva na odločitev tujih kupcev glede nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji, je lokacija teh nepremičnin.

Raziskovalni del je preverjen z različnimi znanstvenimi metodami raziskovanja. Najpomembnejša je bila anketna raziskava, in sicer so bili z anketnim vprašalnikom pridobljeni podatki, ki so razrešili zastavljeno raziskovalno vprašanje »Kateri so tisti dejavniki, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji?«.

Vsi pridobljeni odgovori so bili primerjani med seboj in analizirani ter so izjemno pomembni za preveritev hipotez in razrešitev oziroma preveritev raziskovalnega vprašanja. Z rezultati vprašalnikov so bili pridobljeni podatki, ki so bistveni za odgovor na raziskovalno vprašanje. Uporabljena je bila tudi primerjalna metoda, pri kateri so se rezultati primerjali. Pri zbiranju in obdelavi podatkov je bila uporabljena statična metoda.

Raziskavo sem opravila z anketnim vprašalnikom, na katerega je odgovorilo več kot 100 nepremičninskih posrednikov, ki so

bili med opravljanjem svojega dela v stiku s tujimi kupci, ki so kupili poslovno, industrijsko ali naložbeno nepremičnino. Z analizo odgovorov sem želela raziskati vse dejavnike, ki vplivajo na odločitev tujcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Med raziskavo sem se ob dejavniki, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev, seznanila tudi z dejavniki, ki vplivajo na vse ljudi pri nakupu teh vrst nepremičnin, in tako dobila celovit pogled na to področje.

4 Predstavitev rezultatov

Empirični del raziskave je bil sestavljen iz šestih oziroma sedmih demografskih vprašanj, ki so zajemala spol, starost, izobrazbo, čas opravljanja posla nepremičninskega posredovanja, specializacijo dela in regijo opravljanja posla v prometu z nepremičninami. Nato je sledil tematski sklop, ki je bil razdeljen na dejavnike na trgu, dejavnike kupčevega vedenja in nepremičninske dejavnike. Pri zadnjem vprašanju so anketiranci prosto pisali o pomembnosti dejavnikov, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji.

Na anketo je odgovorilo 110 nepremičninskih posrednikov. Anketiranih je bilo 53 % moških in 47 % žensk. Največ anketiranih, in sicer 53 %, je bilo starih med 31 in 40 let. Največ nepremičninskih posrednikov ima visoko strokovno izobrazbo. 50 % vseh anketiranih opravlja nepremičninsko posredovanje že 10 let in več. Večina jih ni specializirana za posamezno vrsto nepremičnin. Nekaj manj kot polovica (47 %) jih deluje v osrednjeslovenski regiji. Pri opravljanju svojega posla jih je 75 % sodelovalo s tujimi kupci poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji oziroma so imeli stik z njimi. Nato je sledil tematski sklop dejavnikov na trgu nepremičnin, dejavnikov kupčevega vedenja in nepremičninskih dejavnikov, pri čemer so anketiranci z ocenami od 1 do 5 (1 = dejavniki niso pomembni; 2 = dejavniki so manj pomembni; 3 = dejavniki so srednje pomembni; 4 = dejavniki so pomembni in 5 = dejavniki so zelo pomembni) ocenjevali pomembnost dejavnikov. Po mnenju anketirancev so najpomembnejši oziroma zelo pomembni ti dejavniki trga nepremičnin:

- vrsta in lokacija nepremičnin,
- cena nepremičnin,
- lastna pričakovanja.

Pri pomembnosti dejavnikov nakupnega vedenja kupcev so nepremičninski posredniki kot najpomembnejša dejavnika navedli premoženjsko stanje in življenjski slog. Pri nepremičninskih dejavniki so anketiranci kot najpomembnejša dejavnika opredelili dobičkonosnost in pravno stanje nepremičnine. Zadnje

Preglednica 1: Najpomembnejši dejavniki, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji.

Dejavniki trga nepremičnin	Dejavniki nakupnega vedenja kupcev	Nepremičninski dejavniki
vrsta in lokacija nepremičnin	osebni dejavniki	lokacija
cena	premoženjsko stanje	cena
lastna pričakovanja	življenjski slog	pravno stanje
dohodki gospodinjstva	poklic	prometna povezanost
gospodarska rast	osebnost	urejenost infrastrukture
obrestne mere/pogoji kreditiranja	samopodoba	

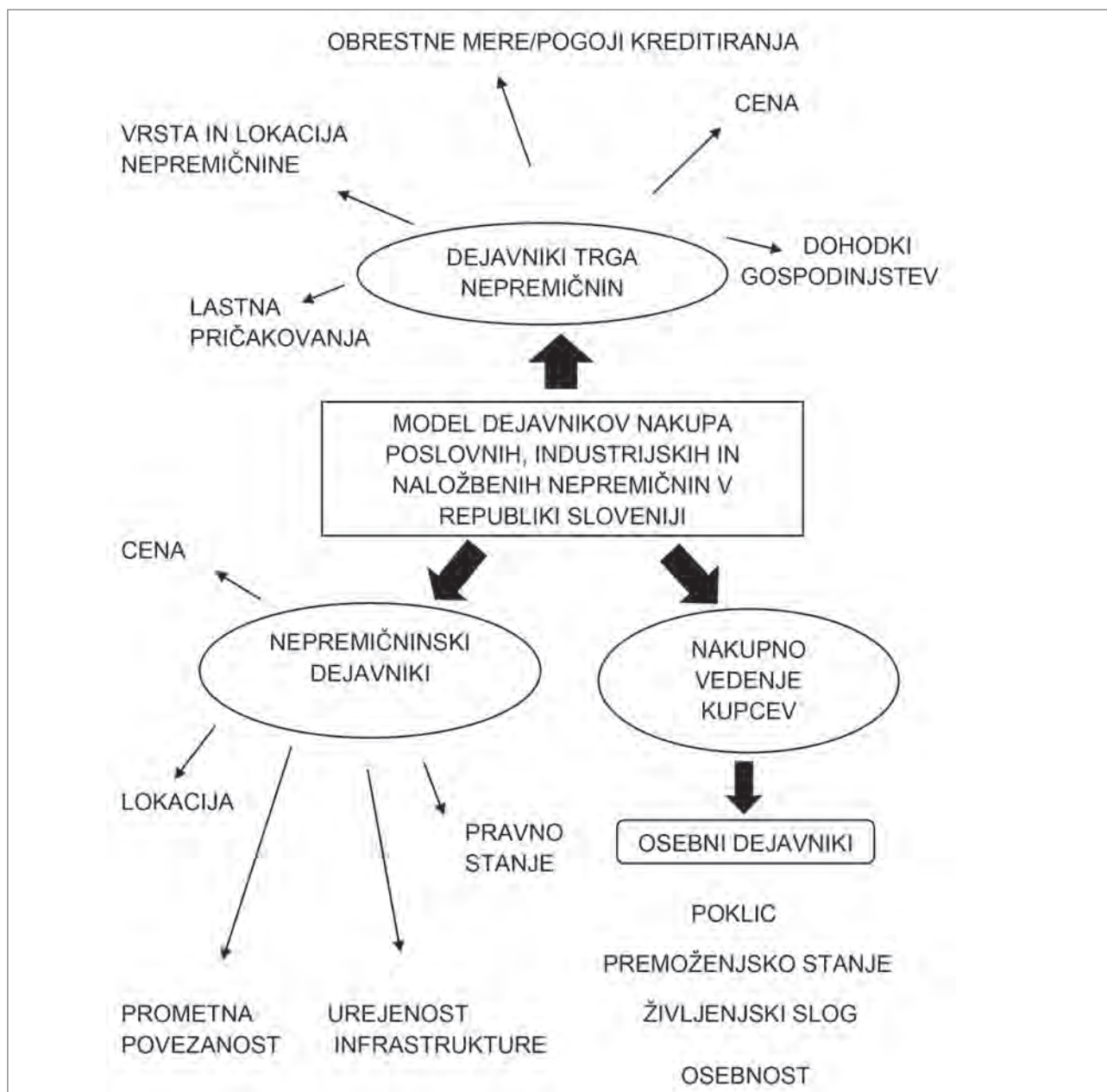
Vir: lastna raziskava

vprašanje v raziskavi je bilo namenjeno prostemu odgovoru, kar pomeni, da so lahko anketiranci sami opredelili ključne dejavnike. Poudarili so dobičkonosnost, lokacijo, pravno stanje in ceno. Pri poslovnih nepremičninah so poleg naštetih po mnenju posrednikov pomembne tudi rentabilnost, stabilnost poslovnega okolja in likvidnost nepremičnine. Pri industrijskih nepremičninah so anketiranci poudarili prometno povezanost, davke, prispevke in konkurenčnost poslovnega okolja. Stanje nepremičnine, likvidnost in varnost tveganja so kot pomembne dejavnike navedli tudi pri naložbenih nepremičninah.

5 Oblikovanje modela dejavnikov nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji

S pomočjo raziskovalnega vprašanja in razrešitve tega se je oblikoval model nepremičninskih dejavnikov, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji.

V nadaljevanju so v preglednici 1 prikazani najpomembnejši dejavniki, ki so razdeljeni na tri skupine. V prvi skupini so dejavniki trga nepremičnin, med katerimi so najpomembnejši dejavniki vrsta in lokacija nepremičnin, lastna pričakovanja, dohodki gospodinjstva, gospodarska rast, obrestne mere in kreditiranje. V drugi skupini so dejavniki nakupnega vedenja kupcev, med katerimi so najpomembnejši osebni dejavniki, in sicer premoženjsko stanje, življenjski slog, poklic, osebnost in samopodoba. V tretji skupini dejavnikov so nepremičninski dejavniki, in sicer lokacija, cena, pravno stanje, prometna povezanost in urejenost infrastrukture.



Slika 2: Model dejavnikov nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji (ilustracija: Urška Hočevar)

Slika 2 prikazuje model dejavnikov, ki je tudi odgovor na raziskovalno vprašanje. Model je nastal na podlagi obsežnega teoretičnega proučevanja dejavnikov, ki vplivajo na odločitev pri nakupu nepremičnine, in raziskovalnega dela. Model dejavnikov nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji se deli na dejavnike trga nepremičnin, nepremičninske dejavnike in nakupno vedenje kupcev, kar je podrobneje prikazano v preglednici 1. V raziskavi so nepremičninski posredniki z ocenami od 1 do 5 (1 = dejavniki niso pomembni; 2 = dejavniki so manj pomembni; 3 = dejavniki so srednje pomembni; 4 = dejavniki so pomembni in 5 = dejavniki so zelo pomembni) ocenjevali pomembnost dejavnikov. Izvzeti so bili bistveni dejavniki, ki so bili ocenjeni z najvišjimi

doseženimi ocenami vrednosti. Upoštevalo se je povprečje oziroma povprečna vrednost pomembnosti dejavnikov.

6 Sklep

Cilji, zastavljeni na začetku raziskovanja, so bili doseženi. V empiričnem delu je bilo razrešeno raziskovalno vprašanje, kateri dejavniki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji. Na podlagi celotnega raziskovalnega dela in s pomočjo teoretičnega dela je bilo ugotovljeno, da se najpomembnejši dejavniki delijo na tri skupine. V prvi skupini so dejavniki trga

nepremičnin, med katerimi so najpomembnejši vrsta in lokacija nepremičnin, lastna pričakovanja, dohodki gospodinjstva, gospodarska rast, obrestne mere in kreditiranje. V drugi skupini so dejavniki nakupnega vedenja kupcev, med katerimi so najpomembnejši osebni dejavniki, in sicer premoženjsko stanje, življenjski slog, poklic, osebnost in samopodoba. V tretji skupini so nepremičninski dejavniki, in sicer lokacija, cena, pravno stanje, prometna povezanost in urejenost infrastrukture.

Raziskovalni del je bil podkrepjen z dvema hipotezama. V hipotezi 1 sem predvidevala, da je dejavnik, ki pomembno vpliva pri odločitvi tujih kupcev glede nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin, dobičkonosnost teh nepremičnin, ki prinaša neto denarni tok v prihodnosti. Odgovori nepremičninskih posrednikov, ki so sodelovali v anketi, so to hipotezo potrdili. V hipotezi 2 sem predvidevala, da je najpomembnejši dejavnik pri odločitvi tujih kupcev glede nakupa poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin v Republiki Sloveniji, lokacija. V odgovorih o pomembnosti dejavnikov nepremičninskega trga je bilo ugotovljeno, da je lokacija najpomembnejši dejavnik, saj je bila ocenjena z najvišjo oceno, tako da se je potrdila tudi hipoteza 2. Na podlagi ugotovitev je bil oblikovan model glavnih dejavnikov, ki vplivajo na odločitev tujih kupcev pri nakupu poslovnih, industrijskih in naložbenih nepremičnin.

Na podlagi pregleda znanstvene in strokovne literature in na podlagi raziskovalnega dela lahko sklenem, da bi lahko na področju nepremičnin še veliko raziskovali in opravili različne študije, ki bi prispevale k razvoju tega področja. Nepremičninsko področje cveti, zato tudi ni številnih študij niti literature, ki bi pojasnjevale in opredelile določene teme s tega področja. To ponuja možnost številnih strokovnih raziskav v prihodnosti.

.....
 Urška Hočevar, mag. prav. in manag. nepr. ter dipl. upr. ved.
 magistrantka Evropske pravne fakultete Nove univerze, Katedra za
 pravo in management nepremičnin, Ljubljana
 E-pošta: urska.hocevar1992@gmail.com

Viri in literatura

- Bradeško, J. (2003). Trg nepremičnin in centralna banka. V: *Poslovanje z nepremičninami: 14. tradicionalno strokovno srečanje, Portorož, 13. in 14. november 2003/ur.* Anton Kožar. Ljubljana: Gospodarska zbornica Slovenije, str. 84–91.
- Grum, B., in Kopal Grum, D. (2015). Model nepremičninskih in psiholoških dejavnikov odločanja za nakup nepremičnin. *Urbani izziv*, let. 26, št. 1, str. 17–26.
- Grum, B., in Temeljotov Salaj, A. (2011). *Interdisciplinarni vidiki nepremičnin*. Ljubljana: Evropska pravna fakulteta.
- Kotler, P. (1996). *Marketing management – trženjsko upravljanje: analiza, načrtovanje, izvajanje in kontrola*. Ljubljana: Slovenska knjiga.
- Mihaljčič, Z. (2009). *Delo s strankami*. Ljubljana: Jutro.